

# O RICO E LÁZARO

**Plano de Patrocínio Integrado  
Novela II**



**RECORDTV**



**RECORDTV  
MULTIPLATAFORMA**



Após os sucessos de Os Dez Mandamentos e A Terra Prometida,  
a RECORD TV prepara mais uma superprodução:

# O RICO E LÁZARO

Estreou: 13 de Março de 2017

Uma novela de Paula Richard

Direção Geral de Edgard Miranda

Parceria com Produtora Casablanca

Baseado nos Livros de Jeremias, II Reis, II Crônicas, Daniel, Ezequiel



RECORD TV MULTIPLATAFORMA



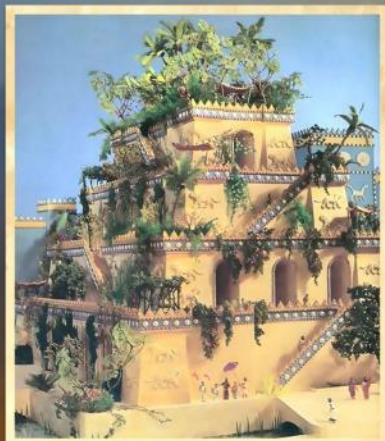
# SINOPSE

A história se inicia em 605 a. C. quando Jerusalém, e todo o Reino de Judá, desrespeitava as leis de Deus promovidas por Moisés com **injustiças, idolatria, corrupção e assassinatos**.

O profeta Jeremias porém alerta o povo e os Reis de Judá que se arrependam de sua infidelidade ou então que se entreguem ao rei caldeu, mas os **filhos de Israel continuam a desobedecer a Deus e os Profetas anunciam que o castigo virá tão severo quanto a gravidade das falhas cometidas**.

Enquanto isso, **Nabucodonosor é coroado o novo rei da Babilônia, e Deus o usa como instrumento de castigo aos filhos de Israel**. Este castigo se estende por setenta anos, e fica conhecido como o **“Cativeiro da Babilônia”**, lugar onde milhares de judeus são **escravizados**.

Paralelo a isso, **o homem rico e Lázaro serão testemunhas da história desse povo**, presenciando, entre outros eventos: **a ascensão de Nabucodonosor ao trono, o início do Cativeiro da Babilônia, a destruição do Templo de Salomão, a queda de Jerusalém, as profecias de Jeremias, Ezequiel e Daniel, a Fornalha Ardente, a loucura de Nabucodonosor, o Banquete de Belsazar, a queda do império Babilônico nas mãos do Rei Ciro, a Cova dos Leões, até a última visão de Daniel, quando anjos anunciam que ele ressuscitará**.





# O RICO E LÁZARO

## TRAMA CENTRAL

Joana (Milena Toscano), Asher (Dudu Azevedo) e Lázaro (Igor Rickli); três grandes amigos de infância, que são separados após **Nabucodonosor II** e sua mulher **Amitis**, exilarem os judeus.

Os anos se passam e os três amigos voltam a se reencontrar em situações completamente diferentes. Joana acaba se dividindo entre o amor de Asher (que passa a sofrer com lepra) e Lázaro (que se torna profeta).



# ELENCO



**Milena Toscano**



**Dudu Azevedo**



**Igor Rickli**



**Vera  
Zimmermann**



**Pérola Faria**



**Heitor Martinez**



**Roger Gobeth**



**Kayke Brito**



**Zé Carlos  
Machado**



**Ângelo  
Paes Leme**



**Fernando Sampaio**



**Sthefany Brito**



**Gustavo Leão**



**Christine  
Fernandes**



**Lucinha Lins**



**Adriana  
Garambone**

**Entre outros.**

# DADOS DE MÍDIA

Apasionados por dramaturgia,  
os brasileiros adoram novelas.

E os telespectadores da  
**RECORD TV** assistem o  
gênero acima da média  
da população.



**46%**  
POPULAÇÃO  
BRASILEIRA



**53%**  
TELESPECTADORES  
RECORD TV

**115% AFINIDADE**



# DADOS DE MÍDIA

Dos telespectadores  
da **RECORD TV**  
que assistem  
novelas:

**70%**

*Preferem passar  
uma noite calma  
em casa do que sair*



**46%**

*Prestam atenção  
nas propagandas  
veiculadas na TV*



**47%**

*Se planejam  
para assistir  
programas de TV*



# NOVELA II – DADOS DE MÍDIA




A RECORD TV se consolida na faixa das 20h30 com a exibição de tramas bíblicas.



Desde que entrou na grade da emissora, a **NOVELA II** tem garantido a vice-liderança isolada da faixa horária.

 *Sucesso de público, a antecessora de O RICO E LÁZARO atinge, em média, **12,7 milhões** de telespectadores por minuto.*

 *Todos os meses, a trama alcança **75 milhões** de telespectadores.*

 *Com conteúdo envolvente, a **NOVELA II** prende a atenção dos telespectadores, que em média assistem **66%** da duração da novela.*



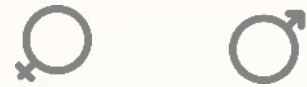
# NOVELA II – PERFIL DOS TELESPECTADORES

Veja quem são os telespectadores da NOVELA II.



**59% 41%**

*Sexo*



ABC  
**79%**

*Classe Social*



25-49  
**42%**

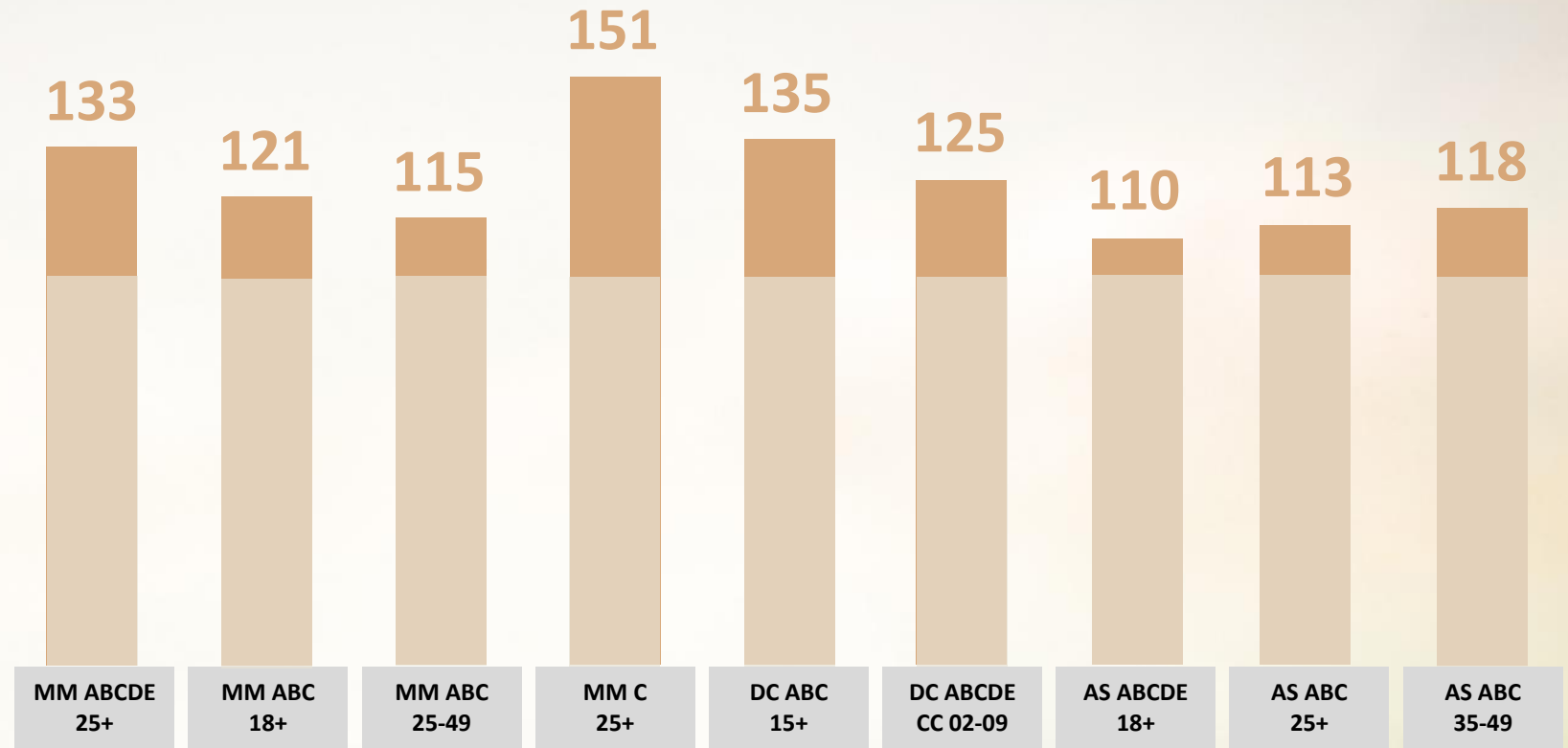


*Faixa Etária*



# NOVELA II – AFINIDADE %

Diversos públicos se identificam com a NOVELA II.

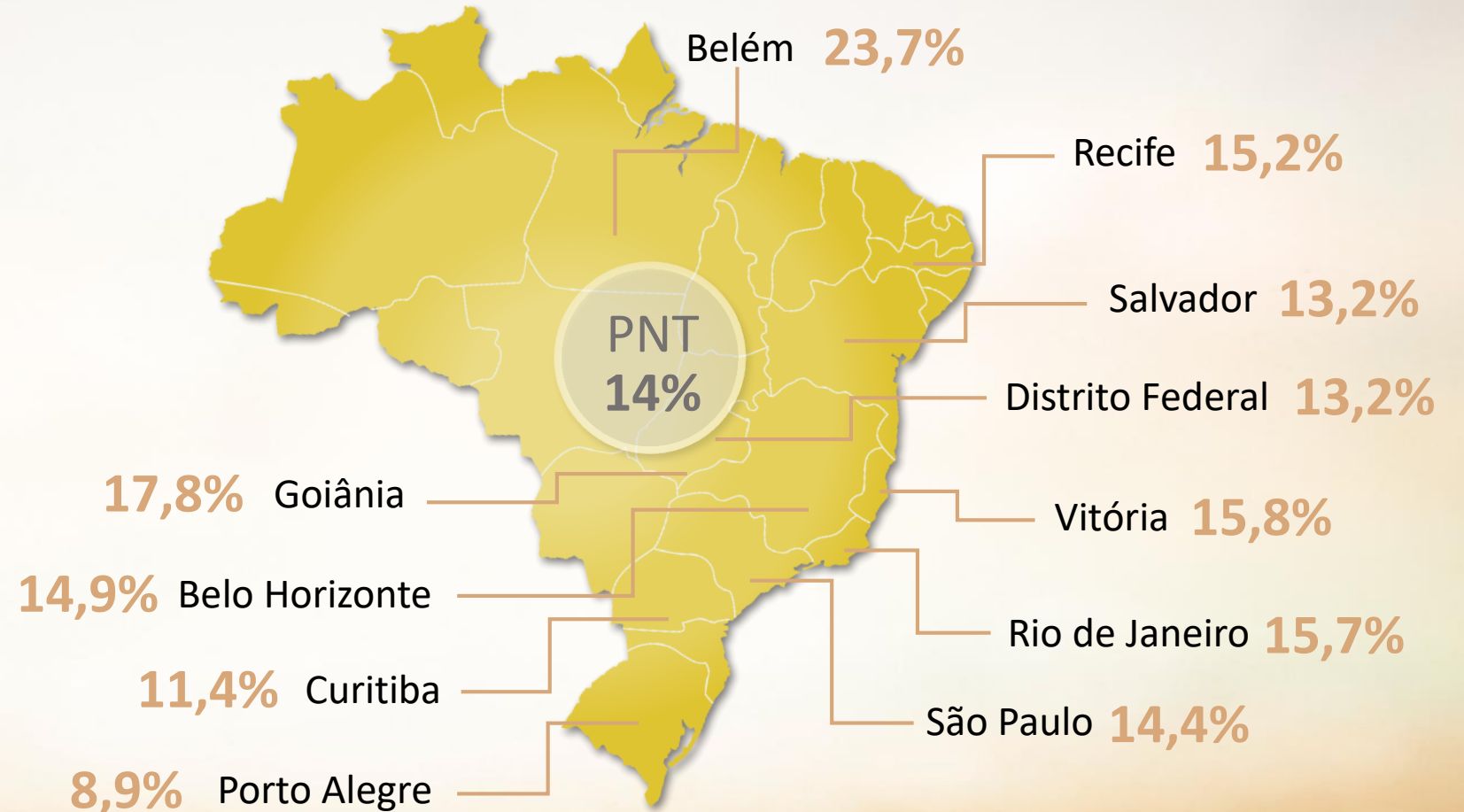




# NOVELA II – AUDIÊNCIA %

A NOVELA II é sucesso de audiência de norte a sul do Brasil.

Apontadas como grande sucesso da RECORD TV, as tramas bíblicas já conquistaram fãs em todo o país.



# NOVELA II – DADOS DE MÍDIA

## Dos telespectadores alcançados a cada dia pela NOVELA II:

Milhões de telespectadores prontos para consumir a sua marca.

14,4 milhões



Utilizam algum serviço bancário.

8,8 milhões



Usam cartão de crédito

3,8 milhões



Pretendem comprar automóvel no próximo ano

9,7 milhões



Usam cremes para o corpo

7,5 milhões



Gastam muito dinheiro com cosméticos e produtos para higiene pessoal

4,6 milhões



São heavy users de creme dental

3,5 milhões



são heavy users de esmalte para unhas

13,2 milhões



Consumem refrigerante

10,2 milhões



Gostam de provar novos produtos alimentícios

9,6 milhões



Consumem logurte

7,7 milhões



Consumem Chocolates e Bombons

2,8 milhões



Residem em domicílios consumidores de pratos prontos congelados



# ENTREGA COMERCIAL – RECORD TV

**Período de Patrocínio: Mensal**

**Exibição:** segunda a sexta, logo após a Novela I

## Nacional (NET)

- 01 Vinheta Caracterizada de 5” por capítulo, totalizando 22 inserções;
- 01 Comercial de 30” em dias alternados, totalizando 11 inserções;
- 01 *Insert* de vídeo estático<sup>1</sup> de 05”, totalizando 22 inserções.

**Total de Inserções (NET):**

**55 inserções no período**

## Local

- 02 Vinhetas Caracterizadas de 5” por capítulo, totalizando 44 inserções;
- 01 Comercial de 30” em dias alternados, totalizando 11 inserções.

**Total de Inserções Local:**

**55 inserções no período**

<sup>1</sup>Sob Aprovação Artística da emissora

As autorizações de veiculação deverão ser feitas separadamente para cada veículo.

# ENTREGA COMERCIAL – MULTIPLATAFORMA

## Período de Patrocínio: Mensal

### Site “O Rico e Lázaro”

- R7 Estúdio
- Vinheta de Oferecimento
- Publiposts
- Super Banner / Island
- Galeria de Fotos
- Island Mobile

### Home Page R7 – Bloco RECORD TV

- Super Banner / Island

### **TOTAL MENSAL:**

**4.8 MM** de impressões estimadas.





# ENTREGA COMERCIAL – MULTIPLATAFORMA

## Período de Patrocínio: Mensal



### R7 Estúdio

O R7 estúdio é um novo formato de conteúdo, no qual os usuários tem uma experiência diferenciada de multimídia com textos, imagens, vídeos e infográficos numa página fluida. Uma verdadeira radiografia, com diversos pontos de vistas e estudos aprofundados sobre o tema em questão.

Teremos um especial dentro do site da novela contando detalhes da história sobre o que aconteceu na época, com infográficos, galeria de fotos, etc.



### Publiposts

Postagens de caráter editorial, nos perfis sociais do programa do Twitter e Facebook, com menção e hashtag da marca.

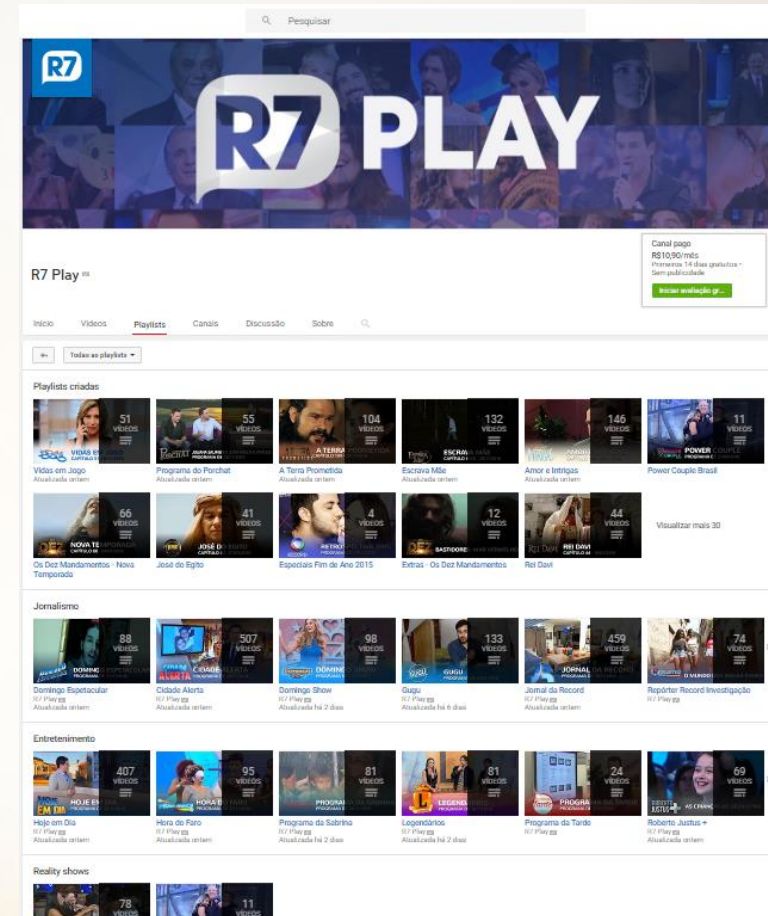
# ENTREGA COMERCIAL – MULTIPLATAFORMA

Período de Patrocínio: Mensal



## CAPÍTULOS NO YOUTUBE

Vinheta de oferecimento nos capítulos que são publicados no R7 Play, no Youtube.

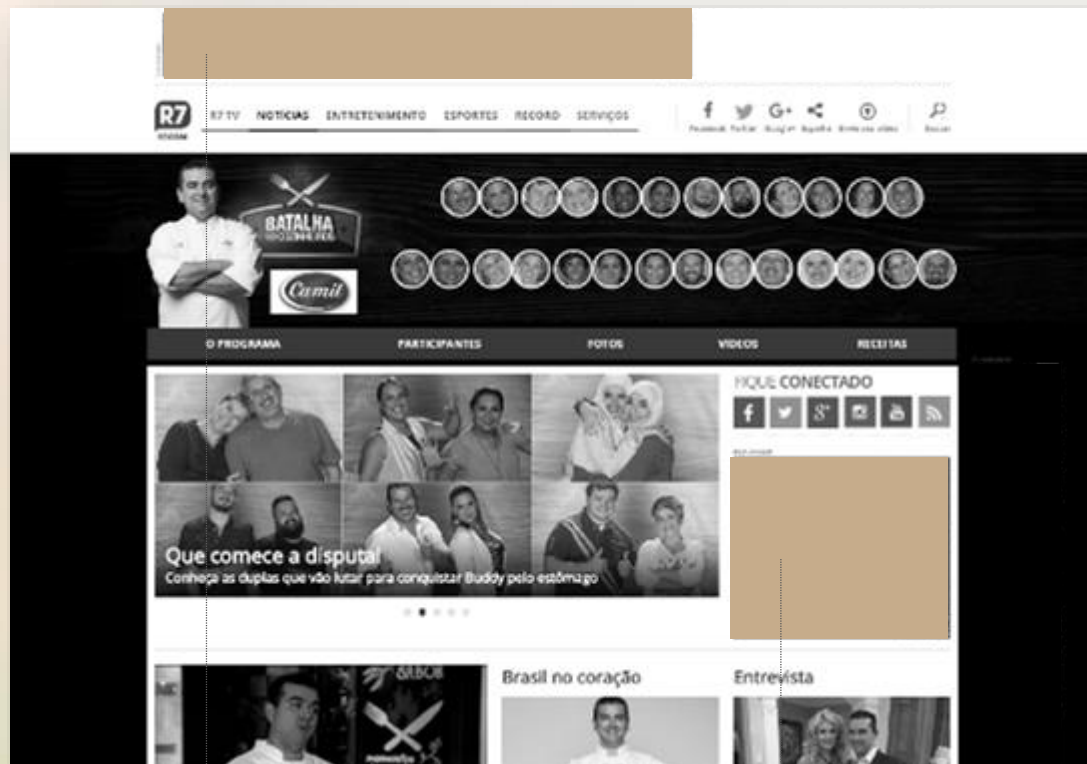




# ENTREGA COMERCIAL – MULTIPLATAFORMA

Período de Patrocínio: Mensal

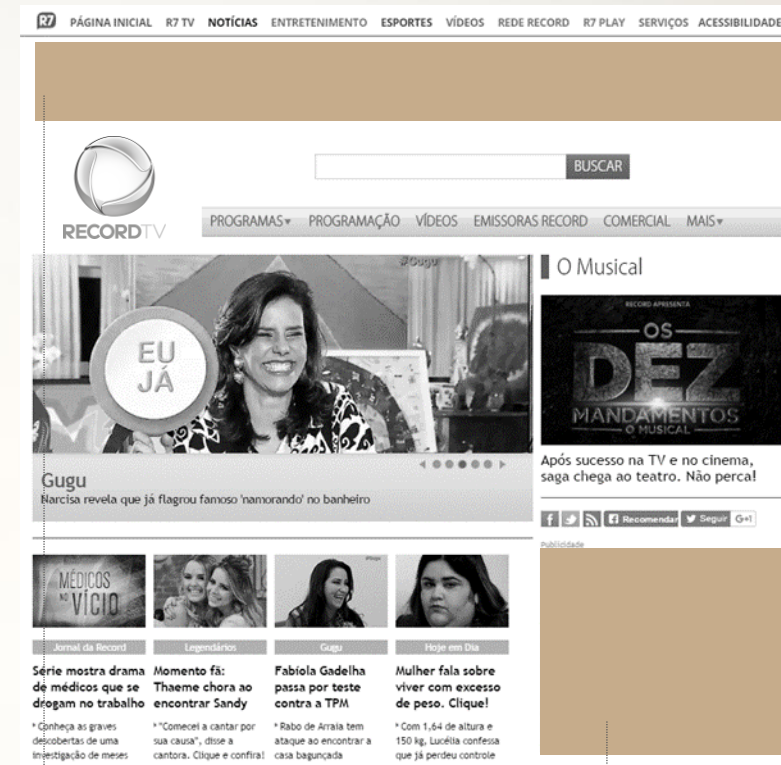
Home da Novela



**Superbanner**  
590 mil impressões

**Island**  
590 mil impressões

Home RECORD TV



**Superbanner**  
1 milhão de impressões

**Island**  
1 milhão de impressões

\*As páginas do programa Batalha dos Cozinheiros foram utilizadas para exemplificar os formatos de canal e mídia de programas RECORD TV.

# ENTREGA COMERCIAL – MULTIPLATAFORMA

Período de Patrocínio: Mensal

Internas da Novela



Galeria de Fotos  
300 mil impressões

R7 Mobile



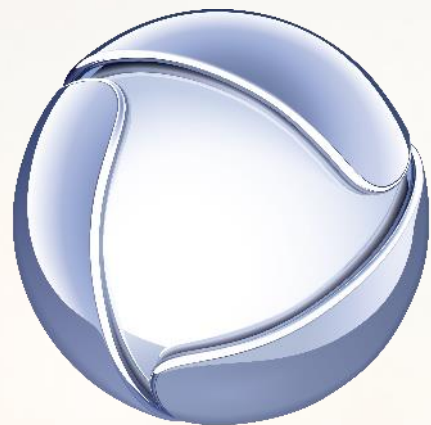
Island Mobile  
500 mil de impressões

\*As páginas do programa Batalha dos Cozinheiros foram utilizadas para exemplificar os formatos de canal e mídia de programas RECORD TV.

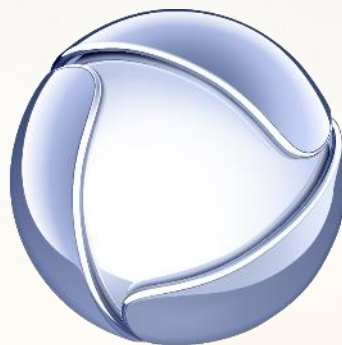


# OBSERVAÇÕES GERAIS – MULTIPLATAFORMA

1. Direitos autorais e conexos, produção e algumas ações especiais em Redes Sociais são cobrados a parte. Estes itens não sofrem aplicação de desconto e não estão sujeitos a comissão de agência.
2. A formalização de compra deverá ser através de carta de acordo ou PI e mediante o aceite do R7.
3. Pacote disponível mediante disponibilidade de inventário na ocasião da compra .
4. Formatos de patrocínio, diárias e horas fixas são comercializados pelo período e não por audiência. Portanto, as audiências são estimativas .
5. Formatos de intervenção precisam de tecnologia de terceiros (rich media) e não estamos considerando esse valor. O custo será responsabilidade do cliente..
6. Formatos Comerciais poderão sofrer alteração e serão informados para nova implementação e ajuste.
7. O volume de mídia reaplicado só será válido na compra total do pacote .
8. Todas as negociações especiais só serão válidas na compra total do pacote .
9. Todas as peças e conteúdo gerados pelo cliente podem ser vetados pelo editorial se forem considerados impróprios ou conflitantes aos serviços do R7. Caso o volume proposto não seja utilizado nos prazos estipulados acima, será definido (em comum acordo) novas entregas de acordo com inventário disponível.
10. Quaisquer ações promocionais devem ser detalhas em conjunto antes do início da mesma.
11. Seleção de sites e blogs somente com a disponibilidade de inventário.
12. Prazo para início das programações dos formatos tradicionais: 48 horas da data de fechamento do acordo. Os prazos para implementação dos formatos especiais serão avaliados pelo conteúdo.
13. Conteúdos de parceiros estão sujeitos a aprovação dos mesmos.
14. Prazo de implementação nos parceiros sob consulta.
15. Conteúdos discriminados no projetos poderão sofrer alteração e serão informados aos patrocinadores.
16. REEXIBIÇÃO/REPRISE – A reexibição contida no projeto é referente à reprise da ação na internet com seus direitos autorais e correlatos. O investimento referente a reexibição poderá ser convertido em mídia no portal R7, conforme negociação.



**RECORDTV**



**RECORDTV**  

---

**MULTIPLATAFORMA**

MAIS  
INFORMAÇÕES **ACESSE:**   
COMERCIAL.RECORDTV.COM.BR