

# Dancing Brasil

*Plano de Patrocínio  
Integrado*

*3ª Temporada*

Um Formato



Produção  
**EndemolShine Brasil**



Vice-Presidência Comercial - Nov/2017



*3ª Temporada*

Em janeiro está de volta Dancing Brasil,  
uma competição de dança envolvente  
que conquistou o telespectador e  
agitou a *web*.

# Apresentação Xuxa Meneghel

Estreia Prevista  
17/Jan/18

Exibição

**Agora em novo dia!**

Quarta, após  
Jornal da Record

PROGRAMA

**AO VIVO**

Número de  
Episódios: 13





- ✓ 15 casais participantes
- ✓ Apresentações especiais
- ✓ Variados estilos de dança
- ✓ Troca de professores entre os participantes



# Mecânica



Cada dupla dança um ritmo diferente por episódio.



Três jurados fixos, profissionais de dança, avaliam as estrelas e seus respectivos *coaches*.



Os três casais menos votados vão para a votação popular.



**ELIMINAÇÃO**

O PÚBLICO  
ESCOLHE A DUPLA  
QUE SERÁ  
ELIMINADA.



Eventualmente uma celebridade pode ser convidada para participar do programa.

# Estrutura



**Palco**



**Local de Depoimento**



**Cenas do ensaio com comentários dos dançarinos**



# Os ritmos são diversos

Samba HipHop  
Bola Valsa Foxtrot  
Bolero Frevo  
Mambo Salsa  
Sapateado Country Jazz  
Lambada Samba  
Pasodoble Rock  
Zouk Calipso Funk  
Flamenco Xaxado  
Forro Kuduro  
Chachachá



# Os Jurados

## Jaime Arôxa

Bailarino e Professor de Dança, ele possui sua própria escola desde a década de 80 e é responsável por coreografar diversas peças de teatro, filmes, novelas e shows.

## Fernanda Chamma

Coreógrafa e Professora de Ballet Clássico e Jazz, seu nome é referência quando o assunto é direção artística de musicais.

## Paulo Goulart Filho

Ator e Bailarino, coreografa diversos musicais e atua em inúmeras peças de teatro e novelas.



A dança sempre esteve presente em todos os grandes momentos da história da humanidade.

Ela também faz parte do nosso cotidiano, expressando e registrando através de movimentos os momentos mais marcantes dos brasileiros.



**102,5 milhões**

de brasileiros afirmam que a música constitui parte importante em suas vidas



**36,3 milhões**

gostam de sair para dançar, ir a shows ou concertos musicais.



**80 milhões**

gostam de ouvir música

# GRANDE SUCESSO NA RECORD TV EM 2017

2

TEMPORADAS  
EM 2017

Uma competição de dança envolvente que agrada a todos os públicos, DANCING BRASIL alcançou **56% dos domicílios brasileiros** e **73 milhões de telespectadores** em todo o Brasil.

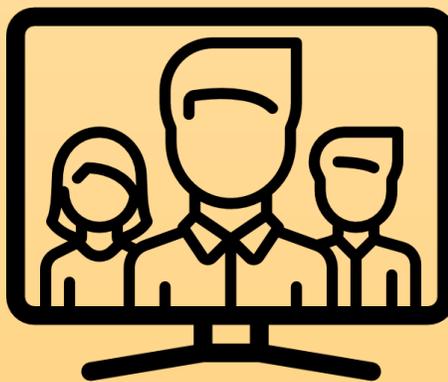


TOTAL DE TELESPECTADORES



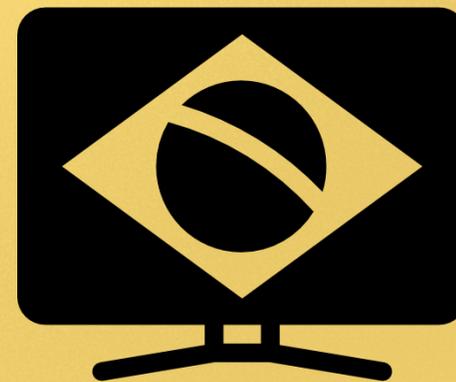
**5,2 milhões**

*por minuto*



**12,7 milhões**

*por episódio*



**73 milhões**

*nas duas temporadas*

# Uma competição de dança envolvente que agrada a todos os públicos



65% São mulheres

35% São homens



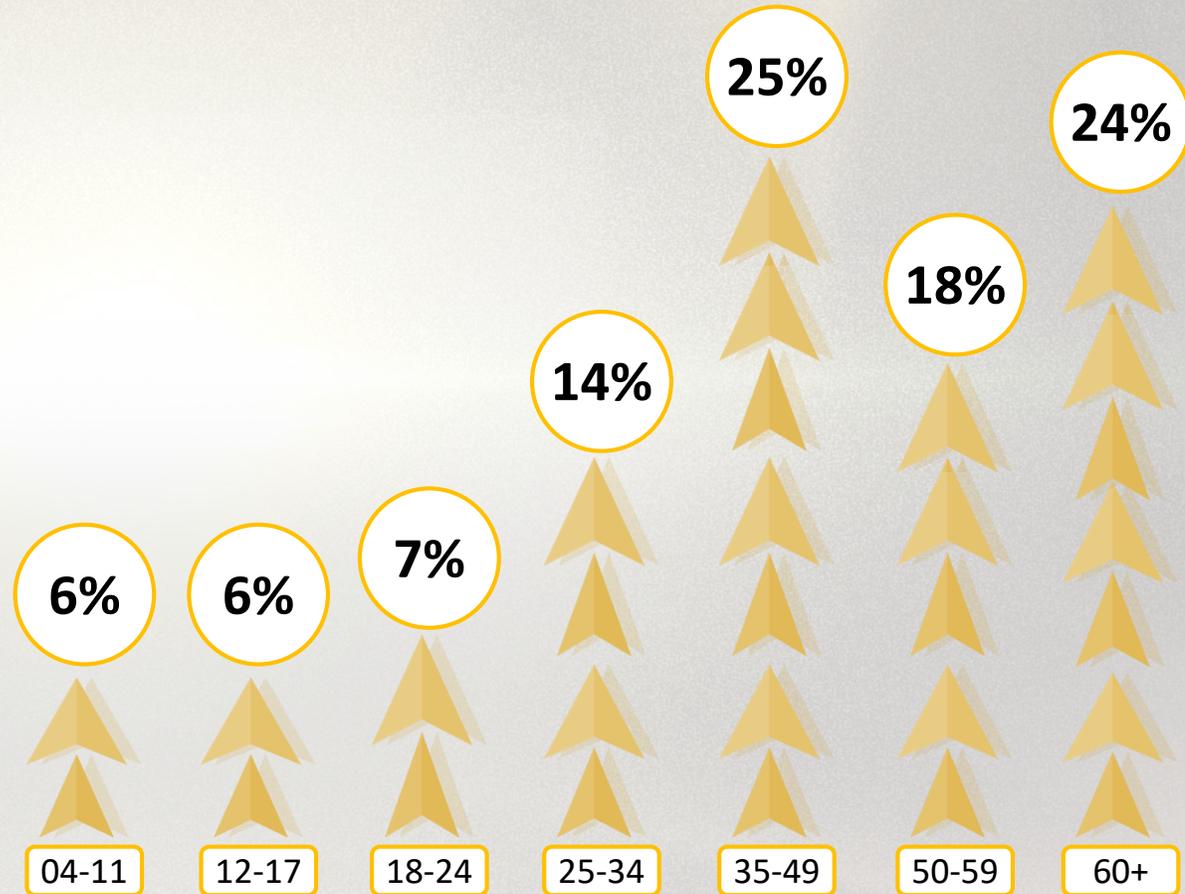
27% são das classes AB



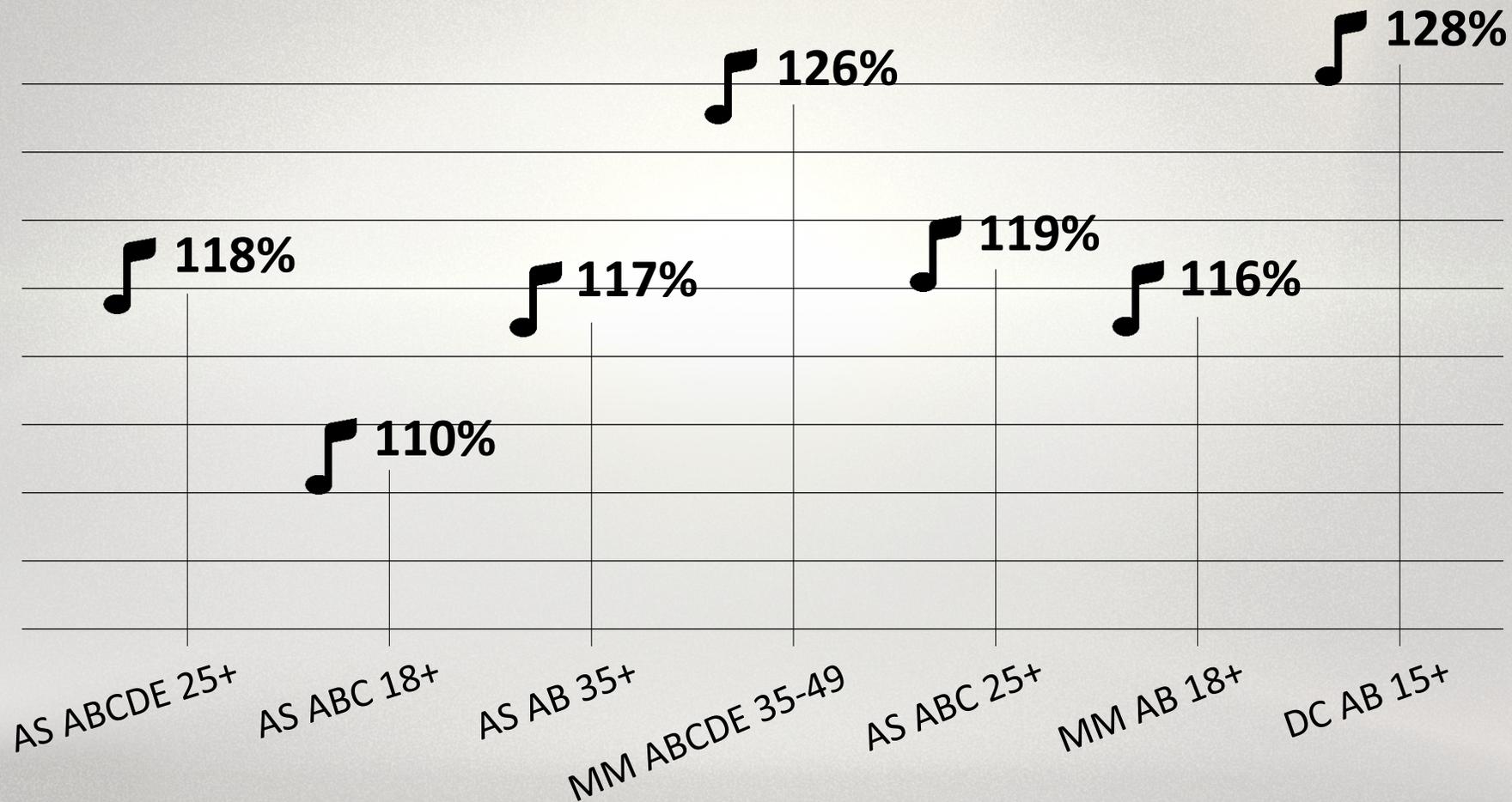
55% são da classe C



18% são das classes DE



# As afinidades das temporadas exibidas em 2017, também demonstram a adequação do reality com diversos targets





Entre os telespectadores alcançados a cada exibição do reality show:

**8,3 milhões** são consumidores de refrigerantes

**5,4 milhões** adoram cozinhar

**5,1 milhões** sentem prazer em qualquer tipo de compra

**4,7 milhões** gastam muito dinheiro com cosméticos e produtos de higiene pessoal

**3,8 milhões** gostam de moda

**2,7 milhões** compram frequentemente em lojas de departamento

**2,2 milhões** planejam comprar automóvel

# Entrega Comercial RECORD TV

## Patrocínio NET

Período Previsto: 17 de Janeiro a 11 de Abril/2018

- **Programa Inédito (13 episódios):**

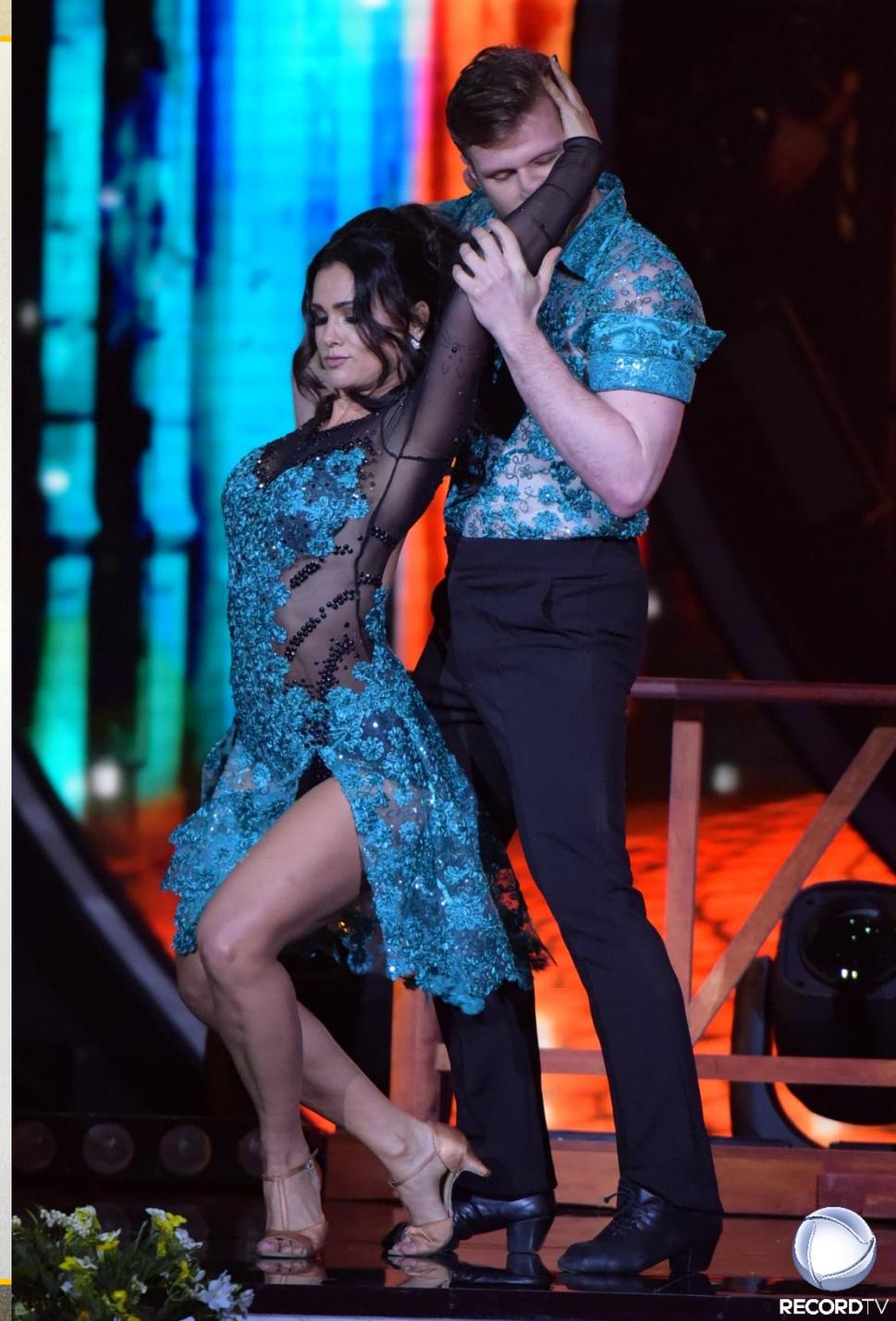
01 vinheta caracterizada por programa, totalizando 13;

02 comerciais de 30" por programa, exceto no primeiro episódio que será exibido apenas 01, totalizando 25;

39 chamadas caracterizadas no período, em horário rotativo (ab/enc).

*Total de  
Inserções no  
período:*

**77**



- 01** Ação integrada;
- 05** Visualizações na mesa dos jurados;
- 05** Visualizações na pista de dança;
- 02** *Inserts* virtuais no ranking;
- 05** *Inserts* animados;

**TOTAL**

**18**

**No período**

***São Paulo Capital (SP1)***

13 vinhetas caracterizadas (01 por programa)

13 comerciais de 30" (01 por programa)

***Demais Mercados Locais***

26 vinhetas caracterizadas (02 por programa)

13 comerciais de 30" (01 por programa)

***Total de Inserções  
no período:***

**26**

***Total de Inserções  
no período:***

**39**



*3ª Temporada*

O programa também será exibido, na íntegra, na

**RECORD NEWS**

***Domingo, às 21h30***

**Dancing Brasil 3ª Temporada (na íntegra)**  
**13 episódios**

**02 vinhetas caracterizadas por programa,**  
totalizando 26;

**02 comerciais de 30" por programa,**  
exceto no primeiro episódio que será  
exibido apenas 01, totalizando 25;

**78 chamadas caracterizadas** no período, em  
horário rotativo (ab/enc).

**Bloco Especial Melhores Momentos -**  
**Programa Zapping e Zapping Reexibição**  
**13 exibições por programa**

**01 vinheta caracterizada por programa,**  
totalizando 26;

**01 comercial de 30" por programa,**  
totalizando 26;

***Total de Inserções***  
***no período:***

**129**

***Total de Inserções***  
***no período:***

**52**

- 01** Ação integrada;
- 05** Visualizações na mesa dos jurados;
- 05** Visualizações na pista de dança;
- 02** *Inserts* virtuais no ranking;
- 05** *Inserts* animados;

As ações de merchandising serão as mesmas exibidas na RECORD TV.

**TOTAL**

**18**

**No período**

## Conteúdo do Site Oficial do Programa

Para complementar o que será exibido na **RECORD TV**, o site do **Dancing Brasil 3ª Temporada** no **R7** trará conteúdos editoriais exclusivos:

- Perfil dos participantes
- Votação oficial
- Espaço para interatividade
- Dia a dia da competição
- Entrevistas
- Matérias sobre os ritmos
- Galeria de fotos dos ensaios
- Conteúdo extra

## Mídia Display no Site Oficial do Programa

Formatos de mídia com as peças da marca reforçam o patrocínio do site e ajudam a divulgar a campanha e relacioná-la ainda mais ao programa:

- Background
- Superbanner/Island
- Island Mobile
- Banner Mobile



## Matérias Customizadas no Site Oficial do Programa

Matérias especiais e posts especiais nas redes sociais do programa Dancing Brasil 3ª Temporada mostram a apresentadora, os participantes, os técnicos, os jurados, o desempenho das duplas, os ritmos dançados, os ensaios e muito mais! Sempre relacionado ao *core business* da marca.

Essas matérias estarão no site do programa e contarão com topo header customizado de marca.

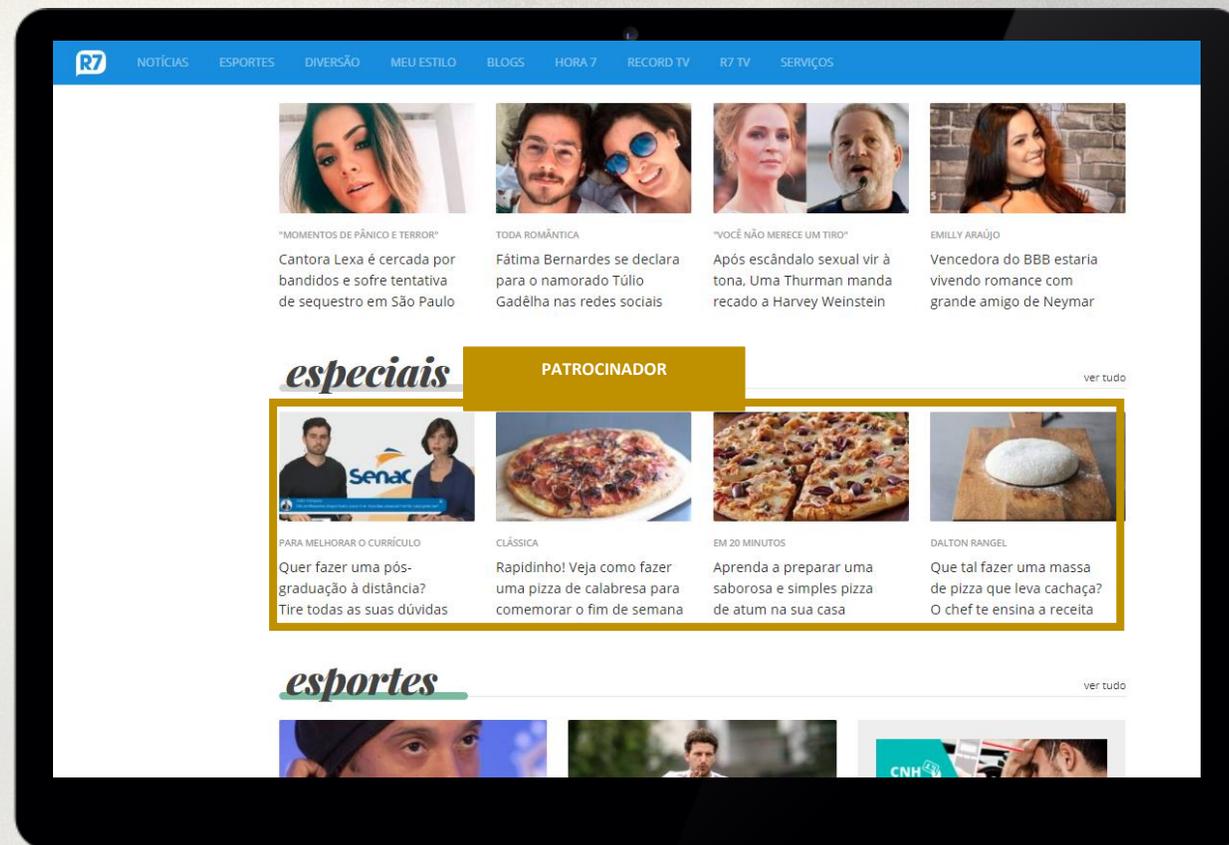


\*Haverá custos de produção e de cachê, a serem orçados após o fechamento do escopo do projeto.

## Tripa Especial Dancing Brasil na Homepage do R7

Notícias e destaques do programa serão reunidos numa área exclusiva da home com o oferecimento da marca (selo patrocínio).

Em meio às notícias, a marca poderá incluir e intercalar ofertas e promoções.

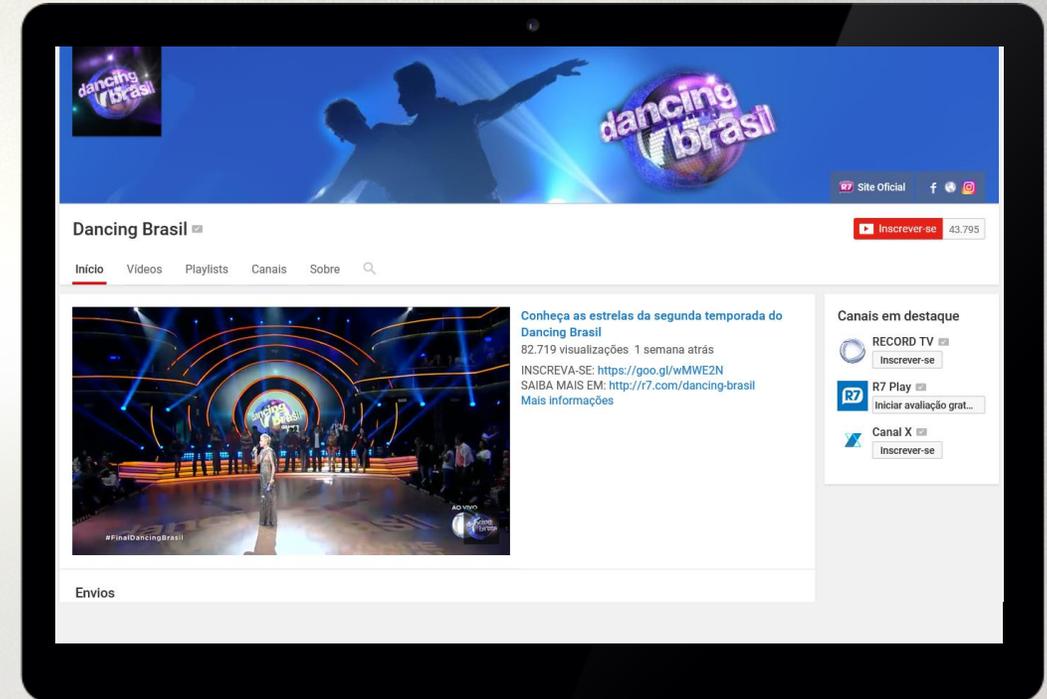


Exemplo Ilustrativo

## Conteúdo do Canal do Programa no YouTube

Além de vídeos com momentos do programa, o canal de Dancing Brasil 3ª Temporada no **YouTube**, trará conteúdo extra que a marca poderá patrocinar com Vinheta de Oferecimento:

- Por trás das Câmeras (bastidores)
- Tutorial das coreografias
- Diário dos participantes
- Ensaios
- Entrevistas com os participantes e seus técnicos
- Interação com as redes sociais:  
o apresentador online comenta os trendings e a repercussão do programa nas redes.



Canal Dancing Brasil no Youtube

 **22 MM**  
VISUALIZAÇÕES

FONTE: YOUTUBE/ OUTUBRO 2017

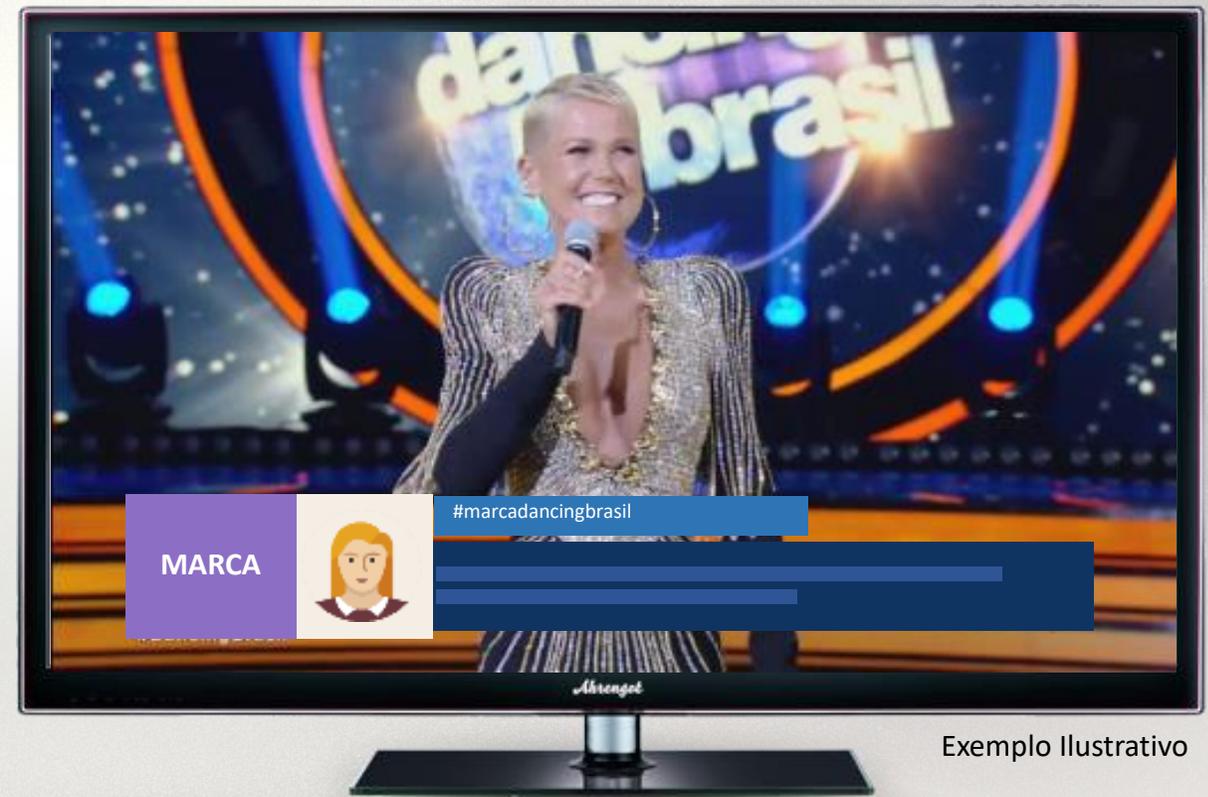
\*Haverá custos de produção e de cachê, a serem orçados após o fechamento do escopo do projeto.

## Interatividade com comentários na Tela – Social Tickers

Durante a exibição do Dancing Brasil 3ª Temporada, as redes sociais serão levadas para a tela da **RECORD TV** com a interatividade. Os principais comentários sobre o programa poderão ser colocados na tela da TV durante a exibição, acompanhados das fotos de perfil dos internautas, promovendo engajamento.

Os tweets serão escolhidos (e curados) a partir de uma hashtag definida e o GC também trará o logo da marca na telinha.

Além de tweets, é possível exibir enquete, interatividade com foto e até mesmo gif na tela da **RECORD TV!**



Exemplo Ilustrativo

## Live especial nas redes sociais

Um repórter da área Multiplataforma da **RECORD TV** fará transmissões ao vivo pelo Facebook do programa entrevistando participantes, técnicos, jurados, plateia e também mostrando detalhes dos bastidores: os camarins, os figurinos que serão usados em breve no palco, e muito mais!

Os lives serão um oferecimento da marca (anunciado pelo repórter no início e no final da transmissão). Além disso, o repórter poderá utilizar um microfone customizado com logotipo



Exemplo Case

## Posts nas redes sociais

### Pupliposts/Memes nas Redes Sociais

Faremos posts nas redes sociais do *Dancing Brasil*, reaplicados nos perfis do **R7** sobre os melhores momentos do programa, gifs especiais e memes engraçados.

Os memes farão são mais uma opção de divulgação da marca e as postagens levarão menção e hashtag da marca.

PUBLIPOSTS NOS  
PERFIS DO R7



PICO DE 6 MILHÕES DE  
ALCANCE POR POST  
NO FACEBOOK DO R7

PUBLIPOSTS NOS  
PERFIS DA RECORD TV



PICO DE 5 MILHÕES DE  
ALCANCE POR POST NO  
FACEBOOK DA RECORD TV

## Enquete nas Redes Sociais

Votações nas redes sociais (através dos botões de reação) do programa que podem ser tanto opinativas quanto para mudar os rumos do jogo, por exemplo:

- Escolha do figurino dos participantes
- Escolha do estilo musical do episódio seguinte
- Enquete sem influenciar no jogo: “Na sua opinião, quem executou a melhor coreografia?”



Exemplo Case

## Playlist no Deezer

Uma playlist oficial do programa será criada no Deezer, serviço de streaming musical.

As músicas dançadas pelas duplas entrarão na lista de reprodução, que será atualizada semanalmente com as trilhas.

O conteúdo será publicado como publiteditorial no site do programa e a marca poderá patrocinar a página com mídia display. A playlist será divulgada nas redes sociais da **RECORD TV** e home do **R7**.



## Multiplataforma #MissãoDancing

Pequenos desafios semanais serão lançados nas redes sociais do reality seguindo o estilo musical da semana. Por exemplo:

- Na semana do ritmo sertanejo, o público deve publicar fotos nas redes sociais inspiradas no estilo, seja dançando, com roupas, etc.
- O conteúdo escolhido (após curadoria) será exibido durante o programa na interatividade do Dancing Brasil.



Foto Divulgação

\*Ação sugerida como opcional, valoração sob consulta.

\*Haverá custos de produção e de cachê, a serem orçados após o fechamento do escopo do projeto.

# OBSERVAÇÕES GERAIS DE MERCHANDISING

## RECORD TV

1. O apresentador deverá dar anuência via Departamento de Merchandising para a marca/ produto/ serviço do anunciante;
2. O formato das ações será discutido e definido entre a agência, o cliente e a área comercial/artística, mediante adequação editorial e anuência da detentora dos direitos do formato. Por se tratar de um reality, o manuseio/consumo dos produtos deverá acontecer de forma natural e contextualizada.
3. Para as ações em Reality Show, não será permitido à Agência/Cliente acompanhar as gravações, salvo exceções em que a presença de técnicos se fizer necessária e indispensável para a perfeita execução das ações.
4. A disponibilidade de espaço no programa deverá ser previamente consultada junto ao Departamento de Merchandising.
5. Haverá cobrança de Direitos Autorais e Correlatos (mídia) na qual está inclusa a participação dos apresentadores nas ações de merchandising; Referência de custo de Direitos Autorais e Correlatos (mídia) = 20% sobre o preço bruto proposto.
6. Custos de Produção e cachês de externa serão orçados e propostos à agência/ anunciante após definição do projeto.
7. Os custos de Direitos Autorais e Correlatos, cachês de externa e produção são líquidos e faturados pela RECORD TV. Não haverá incidência de comissão de agência sobre estes valores.
8. Forma de Pagamento da Mídia: 15 dfm.
9. Esta proposta é exclusiva para atender ao anunciante em questão e tem validade de 10 dias para análise. Após este período haverá necessidade de nova consulta junto ao Departamento de Merchandising da RECORD TV. Tal negociação será concluída somente com o recebimento do Pedido de Inserção (PI). Sendo assim, neste ínterim a RECORD TV reserva-se o direito de negociar livremente o mesmo formato com os demais concorrentes da mesma categoria/segmento.
10. Demais informações sobre Normas e Procedimentos de Merchandising constam na lista de preços vigente da RECORD TV.

# OBSERVAÇÕES GERAIS DE MERCHANDISING 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, devendo ser autorizados em um documento separado da mídia.
2. A formalização de compra deverá ser através de carta de acordo ou pi e mediante o aceite do aclr.
3. Pacote disponível mediante disponibilidade de inventário na ocasião da compra.
4. Formatos de patrocínio, merchandising online e product placement são comercializados pelo período e não por audiência. Portanto, as audiências são estimativas.
5. Formatos comerciais poderão sofrer alteração e serão informados para nova implementação e ajuste do volume de mídia reaplicado só será válido na compra total do pacote .
6. Todas as negociações especiais só serão válidas na compra total do pacote.
7. Todas as peças, conteúdo ou roteiros gerados pelo anunciante podem ser vetados pelo editorial do aclr ou pelo artista se forem considerados impróprios ou conflitantes a linha editorial.
8. Caso o volume proposto não seja utilizado nos prazos estipulados acima, será definido (em comum acordo) novas entregas de acordo com inventário disponível.
9. Quaisquer ações promocionais devem ser detalhas e aprovadas previamente.
10. 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 time aclr.
11. Conteúdos discriminados no projetos poderão sofrer alteração e serão informados aos anunciantes.
12. Todo e qualquer conteúdo produzido pelo aclr é de propriedade da network, para compartilhamento em outras plataformas deverá ser previamente aprovado pela mesma.
13. Cenários, ambientação e formatos especiais devem ser previamente analisados e precificados como produção em documento separado.

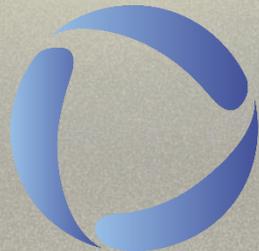


dancing  
brasil

*3ª Temporada*



**RECORDTV**



**RN**  
RECORD NEWS



**RECORDTV**  
**MULTIPLATAFORMA**