



# Proposta Multiplataforma



RECORDTV

MULTIPLATAFORMA

Você  
já imaginou  
uma  
**CASA**  
com 100  
pessoas?



E 100  
Desconhecidos  
dividindo o  
mesmo  
**ESPAÇO**



Viver assim  
**VALE**  
a pena por



O que vale a pena é  
conferir

# A CASA

o NOVO reality show  
da

## RECORD TV!



*Um confinamento de portas abertas  
diferente de tudo o que já se viu!*

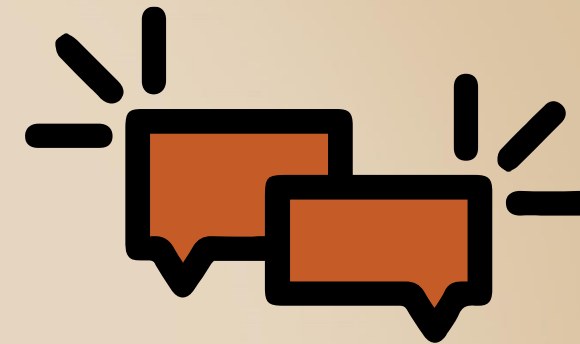
**100** Desconhecidos **01** desafio  
e

Conviver por 01 mês em uma **casa projetada**  
para uma família de apenas **04 pessoas**,  
superando suas limitações advindas da alimentação  
restrita, **falta de conforto** e do **peso** das  
**“diferenças”!**

Quem quiser, **pode desistir à qualquer  
momento**,  
no entanto, somente o **último a sair** levará um  
**grande prêmio em dinheiro!**



*O programa colocará à prova:*



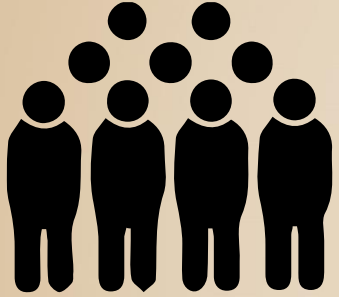
Jogo de  
cintura dos  
participantes

Comportamen  
to frente às  
adversidades  
diárias

Princípios  
morais e  
valores de  
cada  
jogador

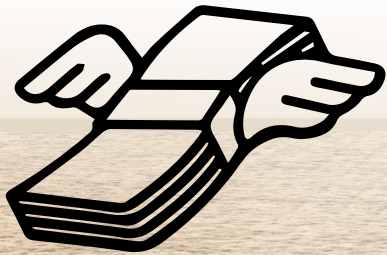
E nessa incessante disputa por **influência** e **espaço** ter **Inteligência emocional**, **capacidade de adaptação** e **estratégia** são os diferenciais para quem quer **vencer esse jogo de desistência e resistência!**

Uma grande novidade:



O **prêmio** será **administrado** pelos próprios

Como a acomodação e os mantimentos são provisionados para uma família pequena, deve-se **gastar** parte do **valor do prêmio** para **suprir** **algumas necessidades**, como a compra de:



- ✓ Alimentos
- ✓ Produtos de higiene pessoal
- ✓ Produtos de limpeza
- ✓ Ou mesmo regalias para satisfação pessoal ou coletiva.

Prêmio  
**R\$1 MILHÃO**



# Apresentação:

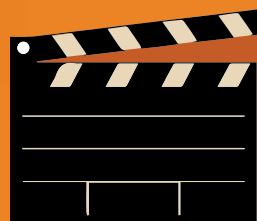
## Marcos Mion

Um dos maiores influenciadores  
nas redes sociais.



Segundo a Revista Forbes Brasil<sup>1</sup>,  
ele está entre as 20 celebridades  
brasileiras com mais seguidores.

**25,8**  
MILHÕES



**PERÍODO DE  
GRAVAÇÃO:  
Maio/Junho**

<sup>1</sup>Fonte: [www.forbes.com.br/listas/2016/05/30-celebridades-brasileiras-mais-seguidas-nas-redes-sociais/#foto13](http://www.forbes.com.br/listas/2016/05/30-celebridades-brasileiras-mais-seguidas-nas-redes-sociais/#foto13)

## Exibição:

Terças e Quintas-feiras,  
após o Jornal da Record

## Reexibição:

Sábados,  
após o Cine Aventura

## Mercado:

Nacional

## Nº de Episódios:

22

## Estreia Prevista:

1ª quinzena de Junho de 2017

## Direção Geral:

Rodrigo Carelli



# Dinâmica do Reality

Cada participante só pode levar consigo



0  
CAIXA



1  
Contendo seus pertences pessoais



01

REPÓRTER

estará entre os participantes no



CAS

A  
noticiando as confusões



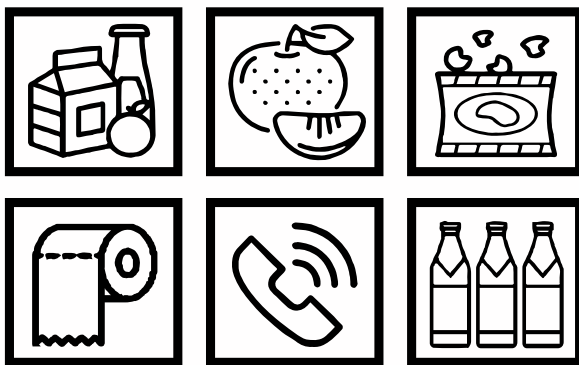
Todos os dias, a casa recebe suprimento

04

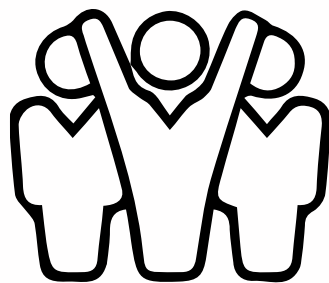
para apenas PESSOAS



# Dinâmica do Reality



Uma **vitrine** na despensa mostrará as **ofertas da semana**, sugestionando a **compra** pelos participantes.



A cada semana é eleito  
**01**  
**CAPITÃO**

responsável pelas compras e regras da casa.

Durante seu reinado, pode **comprar algo especial só para ele** e alguns **escolhidos**.

Tem direito a **acomodação com conforto** em uma suíte **privativa**.



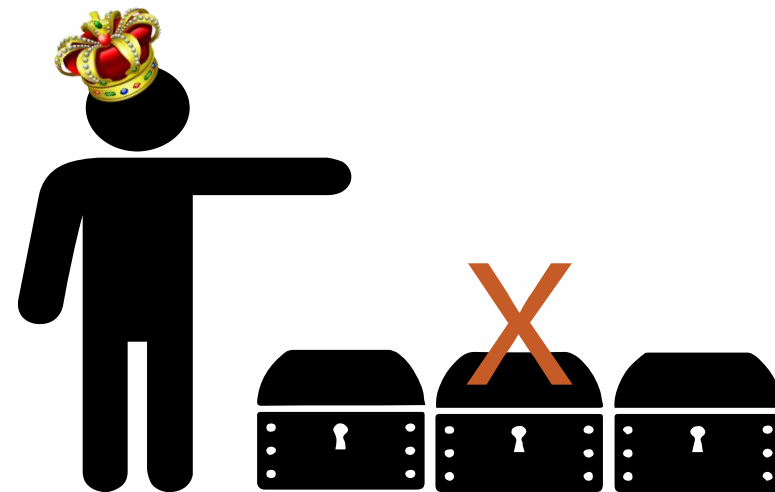


# Dinâmica do Reality



Através de **votação popular**  
são definidos os **+ POPULARES**  
que disputam a liderança da semana  
seguinte

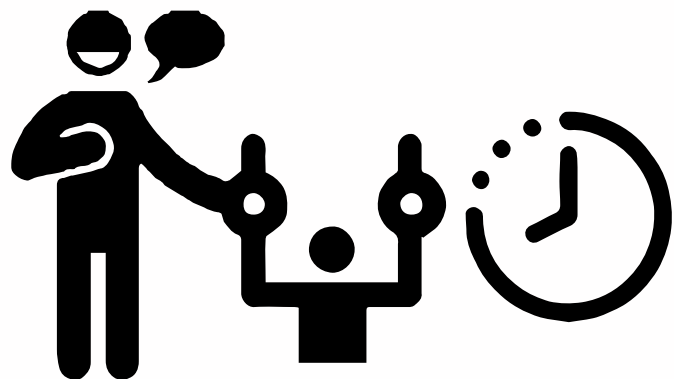
**- POPULARES**  
que estão na zona de  
risco **para**  
**eliminação**



A cada semana, o capitão  
escolherá um **baú** que  
definirá  
a **quantidade** de  
pessoas  
para **sair da casa**.

# DESAFIOS

## Dinâmica do Reality



O apresentador propõe **tarefas** em que a casa pode ganhar algum

- benefício.**
- ✓ *Resgatar parte do valor do prêmio*
  - ✓ *Ganhar refeição*
  - ✓ *Limpeza da casa*



# 01 TENTAÇÃO

É colocada fora da casa para **despertar o desejo** dos participantes.  
*Quem sair para a disputa e ganhar, pode voltar para a casa.*

Há mais de DEZ ANOS, o gênero

## REALITY SHOW

está presente na grade de programação

da RECORD TV

atraindo sempre MILHARES  
de telespectadores.

Em 2016 foram:



82% dos domicílios  
brasileiros




121,8 milhões  
de telespectadores




A audiência dos *realities* é composta  
PRINCIPALMENTE  
por MULHERES e  
pelo público adulto com  
MAIS DE 18 ANOS

5,1 milhões  
de telespectadores  
por minuto

## SEXO

 62% **3,2 milhões**

 38% **1,9 milhão**

## CLASSE SOCIAL

 AB > 24% **1,2 milhão**

 C > 55% **2,8 milhões**

 DE > 21% **1,1 milhão**

## FAIXA ETÁRIA

4~17 > 16% **800 mil**

18~34 > 25% **1,3 milhão**

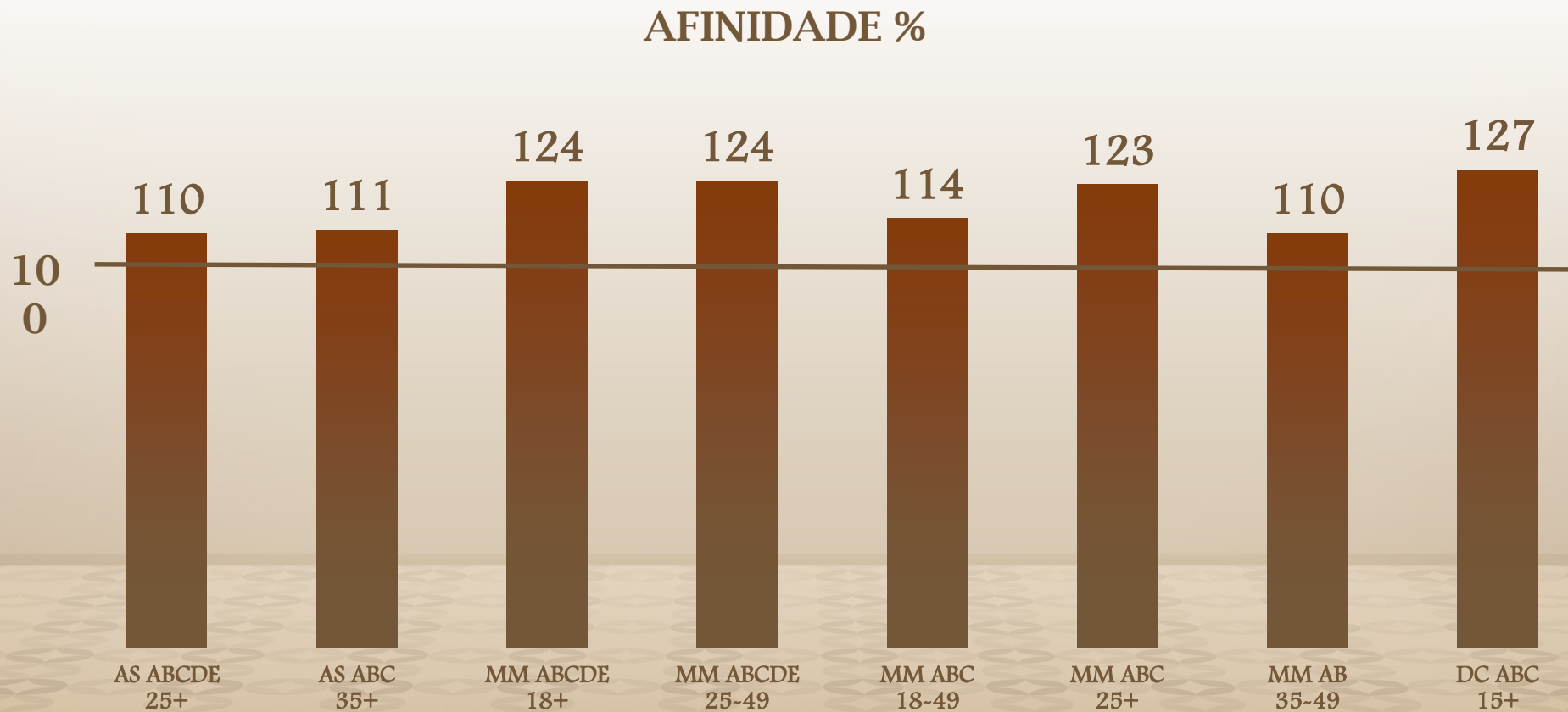
35~49 > 27% **1,4 milhão**

50~59 > 15% **750 mil**

60+ > 17% **850 mil**



*Diversos segmentos de público se identificam com os REALITIES exibidos na RECORD TV*



# Oportunidades Multiplataforma



RECORDTV  
MULTIPLATAFORMA

# Entrega Comercial

## MULTIPLATAFORMA



Exemplo de comentário na tela com foto do internauta.

## Interatividade na Tela

Durante a exibição do programa, as redes sociais serão levadas para a tela da RECORD TV através do formato de interatividade social tickers, que conta com plateia virtual e comentários postados com determinada hashtag aparecendo no GC em tempo real. O logo do patrocinador estará presente na arte gráfica, ao lado das fotos/comentários.

# Entrega Comercial

## MULTIPLATAFORMA



Exemplo de tweet autoreply com flock to unlock

## Flock to Unlock com Tweet Autoreply

Durante a exibição do programa, os telespectadores serão convidados à postar uma hashtag determinada para atingir uma meta de menções ou tweets.

Ao atingirem essa meta, um conteúdo exclusivo em vídeo será liberado no site do reality. Além disso, todos que twitarem a hashtag receberão um agradecimento e o vídeo via direct message do perfil de A Casa.

O patrocinador estará presente nos seguintes formatos: direct message, GC chamando para a ação na TV e hashtag utilizada. Além disso, também poderá escolher o assunto do vídeo liberado.



# Entrega Comercial

## MULTIPLATAFORMA



Exemplo de enquete na tela estilo gangorra no reality show A Fazenda.

## Infiltrados - Enquete na Tela

Repórteres do R7 entrarão infiltrados na Casa como participantes do programa e ficarão pelo menos uma semana registrando tudo não só para a TV, mas também em celulares para versão exclusiva na internet – diários, depoimentos etc.

Teremos enquetes de opinião na tela, com a marca patrocinadora para saber o que o público mais está gostando nas ações dos infiltrados.

Os repórteres  
causadores



# Entrega Comercial

## MULTIPLATAFORMA



Clique na imagem para ver exemplo de foto 360°  
no Facebook

## A Casa 360° ~ Foto Facebook

Um grande complemento de arte visual vai sanar a curiosidade do público em conhecer A Casa.

Teremos uma foto 360° interativa: ao clicar em cada cômodo e girar, o internauta conseguirá ver o “apertamento” em detalhes. Esse tour virtual será postado no Facebook do programa e no site oficial.

# Entrega Comercial

## MULTIPLATAFORMA



MÉDIA DE  
**120 MIL**  
VIEWS  
POR LIVE

### Facebook Live com os Eliminados

Entrevistamos os eliminados, especialmente nas fases mais avançadas do jogo, logo após a saída do reality show (ou logo após sua primeira participação na TV).

As entrevistas acontecem no Facebook do programa, e posteriormente serão disponibilizadas on demand na rede social e no site oficial.

# Entrega Comercial

## MULTIPLATAFORMA



**EM BREVE NO**

**You Tube**

## Vinhetas de Oferecimento no Youtube

Nos vídeos do programa postados em seu canal oficial no Youtube, o patrocinador poderá entrar com vinheta de oferecimento rotativas antes e depois dos conteúdos (abertura e encerramento).

# Entrega Comercial

## MULTIPLATAFORMA



**EM BREVE NO**

**You Tube**

### Conteúdo Extra no Youtube

O canal A Casa, no Youtube, trará conteúdos exclusivos e extras, preparados pela produção do próprio reality show. Serão cenas inéditas, separadas especialmente para o ambiente digital conduzidas por um apresentador.

# Entrega Comercial

## MULTIPLATAFORMA



### Confessionário Branded no Youtube

Montaremos confessionário / sala de decompressão para os participantes desabafarem quando sentirem necessidade. O ambiente será oferecido e estará envelopado pela marca do patrocinador, que também poderá dar nome ao local.

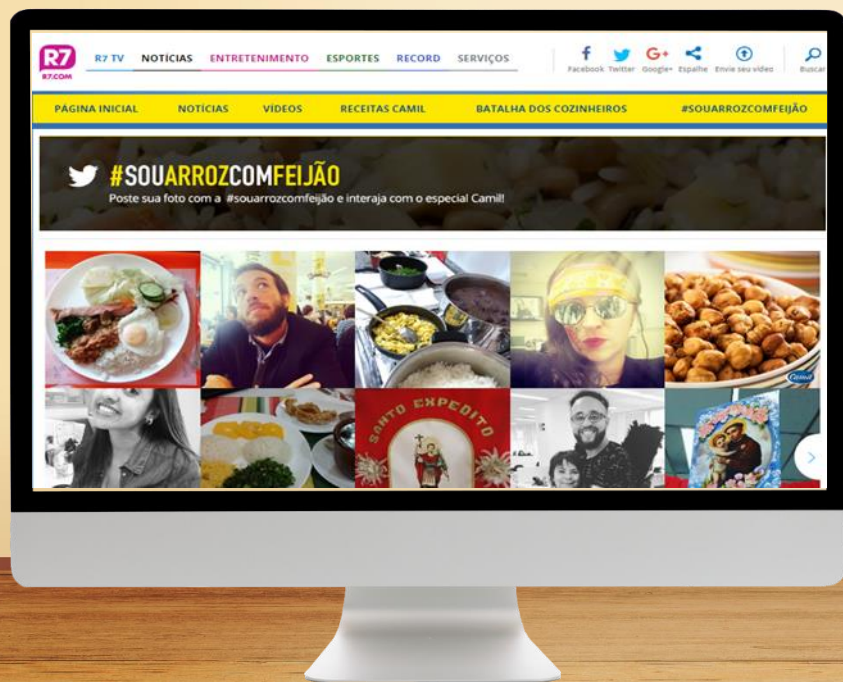
O conteúdo dos participantes dentro desse confessionário estará no canal do YouTube do programa e poderá ser postado nas redes sociais.

EM BREVE NO

**You** **Tube**

# Entrega Comercial

## MULTIPLATAFORMA



Exemplo de mosaico de fotos interativo

## Desafio da Semana - Envie sua Foto

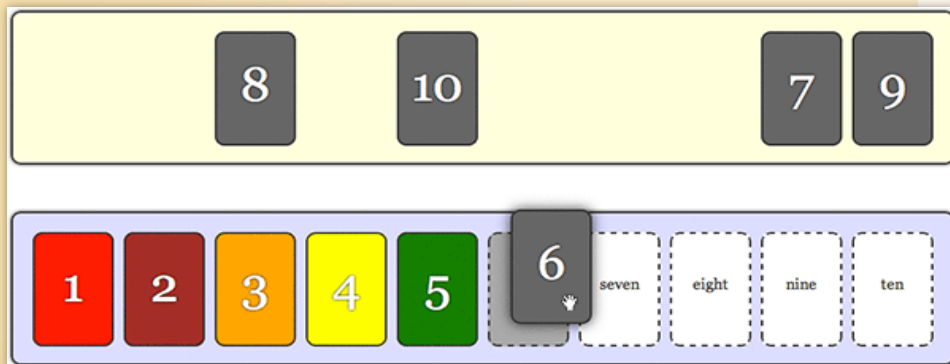
Escolhemos uma tarefa relacionada às provas do reality para que o público realize em casa. Exemplo: “Colocar dez pessoas em um Fusca”.

Para participar, o público deverá postar fotos do desafio cumprido com uma hashtag definida.

Essas fotos estarão reunidas num mosaico interativo no site oficial A Casa e as melhores reproduções das provas serão exibidas no final do programa seguinte ou durante o intervalo.

# Entrega Comercial

## MULTIPLATAFORMA



Exemplo ilustrativo de game “drag and drop”.

## Faça sua Caixa

No site oficial de A Casa, teremos um game no estilo “drag and drop” (arrastar e largar) em que o internauta pode escolher objetos gráficos e montar sua própria caixa virtual de sobrevivência.

No decorrer do jogo, é possível atrelar um “quem seria você na Casa”, caso a sua caixa do internauta seja no estilo ou idêntica à de algum outro participante

O resultado poderá ser compartilhado nas redes sociais.



# Entrega Comercial

## MULTIPLATAFORMA



Exemplo ilustrativo de game.

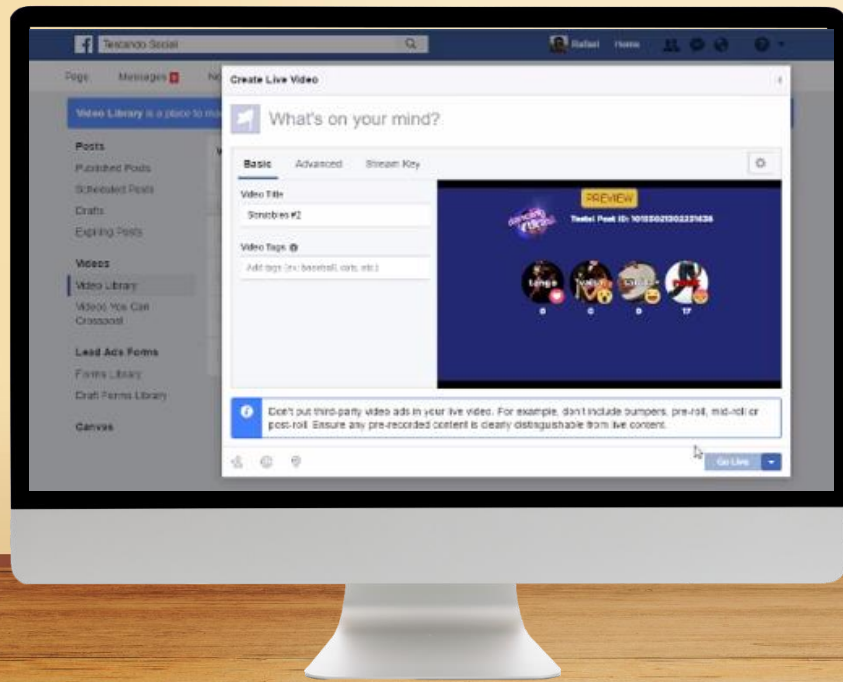
### Game: Onde está Wally?

No site oficial de A Casa, teremos um game no estilo “Onde está Wally”: haverá fotos da Casa unindo os cem participantes e a meta será encontrar um determinado participante ou objetos no meio da multidão.

É possível criar uma imagem com resposta negativa para cliques errados e positiva para o único clique certo. O resultado poderá ser compartilhado via botão “share” nas redes sociais dos internautas.

# Entrega Comercial

## MULTIPLATAFORMA



Clique na imagem para ver exemplo ilustrativo

## Contagem Regressiva

Teremos no Facebook de A Casa uma contagem regressiva para a estreia do programa. Será um live de interatividades de no mínimo 24h, com um grande alcance de público.

# Entrega Comercial

## MULTIPLATAFORMA



Exemplo de memes e gifs nas redes sociais

## Memes e Gifs nas Redes Sociais

Durante o reality, faremos publiposts nas redes sociais com memes e gifs dos melhores e mais engraçados momentos. O patrocinador estará presente na menção das postagens, além de poder compartilhar todo o conteúdo em suas próprias redes sociais.



### PLUS!

O formato “queridinho” nas redes poderá ser exibido em real time no GC do programa (necessário aderir também ao formato de interatividade na tela).

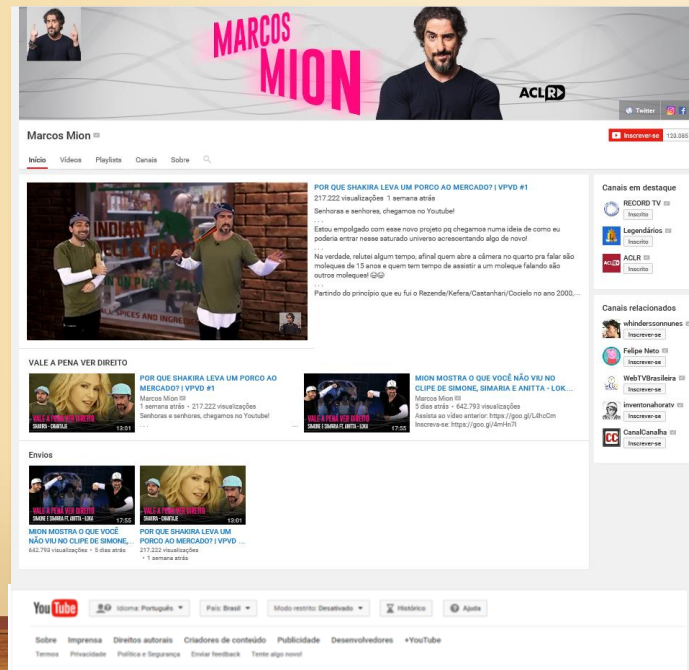
# Entrega Comercial

## MULTIPLATAFORMA

### Vale a Pena Ver Direito A Casa

Os melhores momentos de A Casa serão analisados pelo apresentador do reality, Marcos Mion, no quadro Vale a Pena Ver Direito do seu canal no Youtube.

Irreverente como sempre, Mion vai dar o seu parecer sobre cenas de participantes já eliminados e comentar a passagem deles pelo programa. O oferecimento do quadro será da marca patrocinadora.



MION NO YOUTUBE

**258 MIL 696 MM**

INSCRITOS

VISUALIZAÇÕES

# Entrega Comercial

## MULTIPLATAFORMA



Exemplo ilustrativo do site do programa

## Formatos de Mídia

Para fechar o patrocínio, dando mais visibilidade e alcance à marca, contamos com mídia display no site oficial de A Casa, nos seguintes formatos rotativos:

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

# Ação Extra

## MULTIPLATAFORMA



### Ativações Públicas

Poderemos promover ativações\* em locais públicos, colocando muita gente em um ambiente só (poderá ser uma réplica da casa) para que o público sinta como é o aperto do reality A Casa na “prática”.

A ação será transmitida ao vivo pelo Facebook do programa (compartilhada pelo do R7) e depois ficará disponível on demand para o público rever.

**\*Haverá custos de produção/cachê a serem orçados separadamente para a ativação.**

Exemplo ilustrativo de ativação pública: réplica da Casa colocada em um local público como um shopping para as pessoas interagirem

# 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, 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.



**RECORDTV**

**MULTIPLATAFORMA**