

TV Glamorama



*Mídia
Kit
2016*



GRUPO GLAMURAMA

O Grupo Glamurama é um pool de comunicação que produz conteúdo editorial exclusivo online e off-line, além de eventos especiais para públicos selecionados.

Sob o olhar de Joyce Pascowitch, uma das mais premiadas jornalistas do Brasil, tem três braços principais: o portal Glamurama, no ar desde 2000, uma referência internacional; as revistas mensais *J.P* e *PODER* e as sazonais *Modo de Vida e Moda*; e a área de eventos, que cresce a cada dia.

O Grupo se destaca pelos projetos especiais em crossmedia, projetos multiplataforma que aproveitam todo o potencial de suas marcas consagradas para customizar a comunicação de cada marca.

JOYCE PASCOWITCH



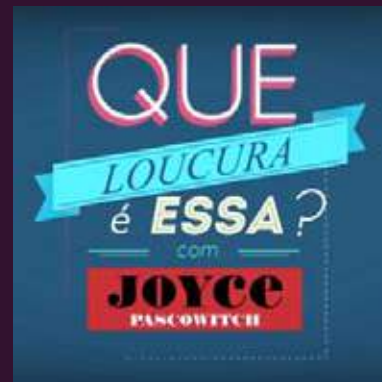
Joyce Pascowitch foi editora e publisher da Revista do “Gallery Around”, que depois mudou o nome para “A-Z”, um sucesso editorial dos anos 80 que foi comprado pela Editora Abril em 1990. Em 1986, ela foi contratada para assinar a coluna da segunda página do caderno Ilustrada do jornal Folha de São Paulo, que logo se tornou a área mais nobre do jornal. A Coluna da Joyce fez escola e até hoje é considerada um marco na transição do velho colunismo social para o atual foco jornalístico e abordagem de comportamento em que se transformaram as colunas.

Ainda nos 1980, iniciou sua carreira na televisão em um telejornal da TV Bandeirantes, o Jornal de Vanguarda, apresentado por Doris Giesse e com participação de William Bonner, Ricardo Boechat, Paulo Leminski e vários outros grandes nomes, além da própria Joyce.

Nos anos 1990, enquanto assinava a coluna mais lida do Brasil, voltou à TV no SBT como comentarista do Jornal do SBT. Algum tempo depois, final dos anos 90, foi contratada pela Globo News, onde ficou por 8 anos fazendo comentários no Jornal das 10, o principal da emissora.

Em 1999, foi contratada a peso de ouro pela Editora Globo para assinar uma nova Coluna da Joyce na recém-lançada revista Época. Em 2004 foi convidada a acumular o cargo de diretora de redação da revista “Quem”, que não ia bem. Joyce comandou a revista até 2006, época em que esta se tornou um dos principais produtos da Editora Globo. Além disso, é autora de quatro livros: Poder, Estilo & Ócio (2015), De alma leve: sutilezas do cotidiano (2005), Avental (1999) e Fotossíntese: 13 anos de coluna (1999).

Em 2000, nasce o portal de internet IG e Joyce Pascowitch é convidada a lançar um site sobre comportamento para integrar o conteúdo do portal. É lançado o Glamurama, que logo se torna um ícone de comportamento. Em 2006, com o sucesso do site, Joyce Pascowitch decide lançar uma revista própria que leva seu nome. Nasce assim a Editora Glamurama. Em 2008, surge o segundo título, “Poder”. “Modo de Vida” é lançado no mesmo ano e, em 2010, surge a revista “Moda”. Hoje, o Grupo Glamurama edita o site, as quatro revistas, além de guias de viagens, revistas customizadas e produção de eventos customizados para clientes.



TV GLAMURAMA

Em 2015, a área de vídeos foi reestruturada, com a criação de uma grade fixa de programas, que incluem: “Que Loucura é Essa?”, programa de entrevistas com apresentação de Joyce Pascowitch; “Avental”, com receitas de restaurantes renomados; a “Invasão Glamurama”, em que fazemos um bate-bola com as capas das revistas, dos ensaios especiais ou até “invadimos” a casa de alguma personalidade; a seção Modo de Vida, que abrange decoração, moda e lifestyle; o vlog da Joyce Pascowitch, em que ela divide com os internautas suas ideias, dicas e insights sobre assuntos do cotidiano; e o recente programa “Corpo e Alma”, com dicas de saúde e bem estar apresentados pela blogueira Bruna Cardoso. Os vídeos vão ao ar diariamente em um canal no YouTube, na plataforma UOL+ e no Facebook.

GLAMURAMA.COM

No ar desde 2000, é considerado um dos maiores portais de informação da atualidade. Cobre assuntos variados, de moda e celebridades ao mundo do poder, passando por comportamento, beleza, arquitetura, decoração e muita viagem.

Também cobre os eventos mais importantes do país, com divulgação diária de galerias no canal Fotos, um dos mais acessados. O Glamurama é parte do “guarda-chuva” Uol, tendo chamadas na home daquele portal com conteúdos exclusivos, o que gera grande tráfego de usuários e potencializa a visibilidade dos nossos parceiros.

Em 2014, foi lançada a versão mobile do site, onde é possível conferir as galerias de fotos, notas e vídeos de forma responsiva. Hoje, os acessos do mobile já respondem por mais de 50% da audiência total. E esse número só aumenta!



AUDIÊNCIA CATIVA E CRESCENTE

O Glamurama teve um aumento de 76% de sua audiência no período de jan/2014 a dez/2015 - bem superior ao crescimento da internet brasileira.

12,8 MILHÕES
PAGEVIEWS/MÊS

3,9 MM
VISITAS/MÊS

3 MILHÕES
UNIQUE VISITORS/MÊS



PROGRAMAÇÃO

DE SEGUNDA AS SEXTA ÀS 12H



SEGUNDAS: CORPO E ALMA | DICAS DE SAÚDE E BEM ESTAR APRESENTADAS POR BRUNA CARDOSO

TERÇAS: QUE LOUCURA É ESSA | JOYCE EM UM BATE-PAPO DESCONTRAÍDO COM CELEBRIDADES

QUARTAS: AVENTAL | RECEITAS E SEGREDOS DOS CHEFS DO MOMENTO

QUINTAS: MODO DE VIDA | BELEZA, MODA, DÉCOR E MUITO CHARME

SEXTAS: EU, JOYCE | VLOG COM JOYCE PASCOWITCH

INVASÃO GLAMURAMA | UM TÊTE-À-TÊTE COM NOMES DE PESO



O CANAL

+ DE 1 MILHÃO

de visualizações no último ano

+ DE 1.282 VÍDEOS

postados



POSSIBILIDADES COMERCIAIS

MODA E BELEZA (DENTRO DE MODO DE VIDA):

Personagem vai até a loja do cliente escolher peças da coleção atual para certa ocasião próxima à entrada do vídeo (data comemorativa ou viagem, por exemplo);

Stylist mostra como utilizar peças da marca para certa ocasião (ano novo, dia dos namorados, entrevista de emprego);

Personagem ou designer faz escolha de acessórios da marca para a temporada;

Maquiadora faz make da temporada com produtos da marca;

Personagem faz escolha de cosméticos da marca para cuidado com a pele e/ ou maquiagem

DECORAÇÃO e ARTE (dentro de MODO DE VIDA):

Personagem faz escolhas da loja do cliente para decorar um ambiente de uma casa;

Decoradora faz escolhas de loja do cliente para renovar um ambiente de uma casa ou algum ambiente escolhido pelo Glamurama;

Personagem escolhe peças de arte/decoração que vão pegar na temporada

POSSIBILIDADES COMERCIAIS

GASTRONOMIA E DRINKS (DENTRO DE AVENTAL):

Chef (pode ser ou não do próprio restaurante) desenvolve prato dentro do restaurante-cliente;

Chef (pode ser ou não do próprio restaurante) desenvolve prato utilizando ingrediente do cliente;

Barman desenvolve drink com bebida do cliente;

Glamurama faz escolhas gastronômicas dentro do cardápio do cliente;

Degustação de drinks do cliente com personagens;

Bate-papo de personagens sobre algum assunto com drinks dos clientes (ou alguma criação específica que também podemos mostrar no vídeo);

Inserção da comida ou bebida do cliente em programas da grade;

Uma visita à fábrica do cliente para conhecer mais sobre seu drink;

POSSIBILIDADES COMERCIAIS

ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS (SHOPPING, SALÕES DE BELEZA, SPAS, ACADEMIAS, ETC - DENTRO DE TODOS OS PROGRAMAS)

Personagem mostra escolhas de diversas lojas dos clientes;

Glamurama faz um tour gastronômico pelos restaurantes do shopping;

Glamurama mostra produtos e serviços (roupas, acessórios, cortes de cabelo, tratamentos de beleza, entre outros) que fazem sucesso em um estabelecimento;

Glamurettes fazem suas escolhas em serviços e produtos de um estabelecimento;

Glamurettes tem um papo em um ambiente do estabelecimento do cliente

POSSIBILIDADES COMERCIAIS

QUE LOUCURA É ESSA?

O programa de entrevistas de Joyce Pascowitch para os internautas: um bate-papo descontraído com celebridades. Toda semana você vai conhecer um pouco mais sobre o entrevistado e ainda poderá enviar suas perguntas e sugestões para o nosso canal no YouTube!



POSSIBILIDADES COMERCIAIS

QUE LOUCURA É ESSA?

Periodicidade: semanal

Exibição: Terças-feiras

Horário: 14h30

Programas Exclusivos: 04 entrevistas com personagens, formadores de opinião e celebridades selecionados pela jornalista Joyce Pascowitch

Duração do programa: em média 4'5

Exibições compartilhadas: Canal TV Glamurama, site Glamurama, Facebook, Twitter, e teaser de 15' no Instagram

Importante ressaltar, que o programa “Que Loucura é essa?”, uma vez que postado terá conteúdo permanente nas redes sociais

POSSIBILIDADES COMERCIAIS – PATROCÍNIO

QUE LOUCURA É ESSA?

- Oferecimento: O nome da marca aparece no vídeo até os primeiros 1'45 minutos escrito como oferecimento do vídeo. A duração é de 15". Não são permitidos a utilização de logos portanto a marca é escrita com uma tipologia diferente.
- Product Placement: O produto é contextualizado no desenrolar do programa, através de um roteiro específico que permite que o os apresentadores interajam com o mesmo da forma mais natural possível.

PUBLI-POST

- Conteúdo da Nota: Agência/Cliente enviará o release, Imagens e redes sociais (para gerar interatividade com os internautas) para a Editora Glamurama, com 02 (dois) dias antes da data determinada para nota entrar no ar. A Redação Glamurama irá configurar a informação com a

linguagem do site.

- Periodicidade da postagem: semanal
- Quantidade: 04
- Conteúdo será compartilhando nas Redes Sociais (Instagram, Facebook e Twitter)

ARROBA BANNER

- Formato: 300 x 250
- Peso máximo: 20k
- Diárias fixas: 30 dias consecutivos Super Banner
- Período: 30 dias
- Media diária: 5.000
- Super Banner: 150.000 impressões
- Determinação: Rotativo

POSSIBILIDADES COMERCIAIS – APOIO

QUE LOUCURA É ESSA?

Periodicidade: semanal

Exibição: Terças-feiras

Horário: 14h30

Programa Exclusivo: 01 entrevista com personagens, formadores de opinião e celebridades selecionados pela jornalista Joyce Pascowitch

Duração do programa: em média 4'5

Exibições compartilhadas: Canal TV Glamurama, site Glamurama, Facebook, Twitter, e teaser de 15' no Instagram

Importante ressaltar, que o programa “Que Loucura é essa?”, uma vez que postado terá conteúdo permanente nas redes sociais

POSSIBILIDADES COMERCIAIS – APOIO

QUE LOUCURA É ESSA?

PRODUCT PLACEMENT: O produto é contextualizado no desenrolar do programa, através de um roteiro específico que permite que o os apresentadores interajam com o mesmo da forma mais natural possível.

PUBLI-POST

- Conteúdo da Nota: Agencia X Cliente enviará o Release, Imagens e redes sociais (para gerar interatividade com os internautas) para a Editora Glamurama, com 02 (dois) dias antes da data determinada para nota entrar no ar. A Redação Glamurama irá configurar a informação com a linguagem do site.
- Periodicidade da postagem: semanal
- Quantidade: 01
- Conteúdo será compartilhando nas Redes Sociais (Instagram, Facebook e Twitter)

SUPER BANNER

- Período: 30 dias
- Media diária: 3.000
- Super Banner: 90.000 impressões
- Determinação: Rotativo

