

RIOS

foto: Eduardo Moody

o projeto

O Grupo Ric apresenta, em parceria com a produtora Têm Dendê, um **documentário** que contempla bacias hidrográficas importantes para o Paraná. Como o maior grupo de comunicação multimídia do Estado, temos a missão de trazer pautas pertinentes para os paranaenses e sua vida social, econômica e ambiental.

A **Série RIOS** narra as descobertas do fotógrafo Eduardo Moody e sua equipe ao desbravar os rios brasileiros nas mais diversas bacias hidrográficas. A série começou no Rio Grande do Norte e a nova temporada explora o Sul.

A série revela caminhos e fronteiras, claramente expostas ou não, sobre a sociedade, meio ambiente e economia existente em trajetos de importantes rios que cruzam a bacia do Paraná.

foto: Eduardo Moody





RIOS

têmdend

RICtv

RIOS

o fotógrafo

Fotógrafo há mais de 15 anos, Eduardo Moody é graduado em jornalismo pela Universidade Federal da Bahia. Com uma atuação diversificada, já prestou seus serviços para uma numerosa gama de clientes nacionais e internacionais, a exemplo da Bahiatursa, KVB Institute of Technology e Praia do Forte Ecoresort. Ao longo de sua carreira, Eduardo Moody acumulou um significativo portfólio pessoal, participando de mostras coletivas no Brasil e na Austrália e realizando diversas exposições de seus trabalhos.



a produtora

Há 23 anos, o Grupo **Têm Dendê** atua em projetos audiovisuais independentes, comerciais e estratégicos. O Grupo **Têm Dendê**, possui obras produzidas e entregues no Brasil, Estados Unidos, Panamá, Costa Rica e Dinamarca. Destaque no mercado audiovisual pela sua capacidade de realização, linha editorial diversificada e pelas histórias relevadas em seus projetos, a empresa passou a ser reconhecida pelos *players* do audiovisual brasileiro como proponente de novas ideias e olhares sobre o Brasil.



têmdendê
produções

p i l a r e s



potencial hídrico

O uso da energia, o transporte hidroviário de cargas e pessoas, o ecoturismo, a irrigação, entre outros, serão registrados para revelar sua importância para o desenvolvimento econômico.



territórios sociais

A observação e interação com as populações ribeirinhas e suas histórias de ocupação das margens fluviais revelam a influência dos rios enquanto elemento para construção da identidade paranaense.



rios enquanto passagens

Do ponto de vista da pesquisa, manutenção e preservação, averiguando a rica diversidade da fauna e da flora que compõem os ecossistemas da bacia do Paraná.



o percurso

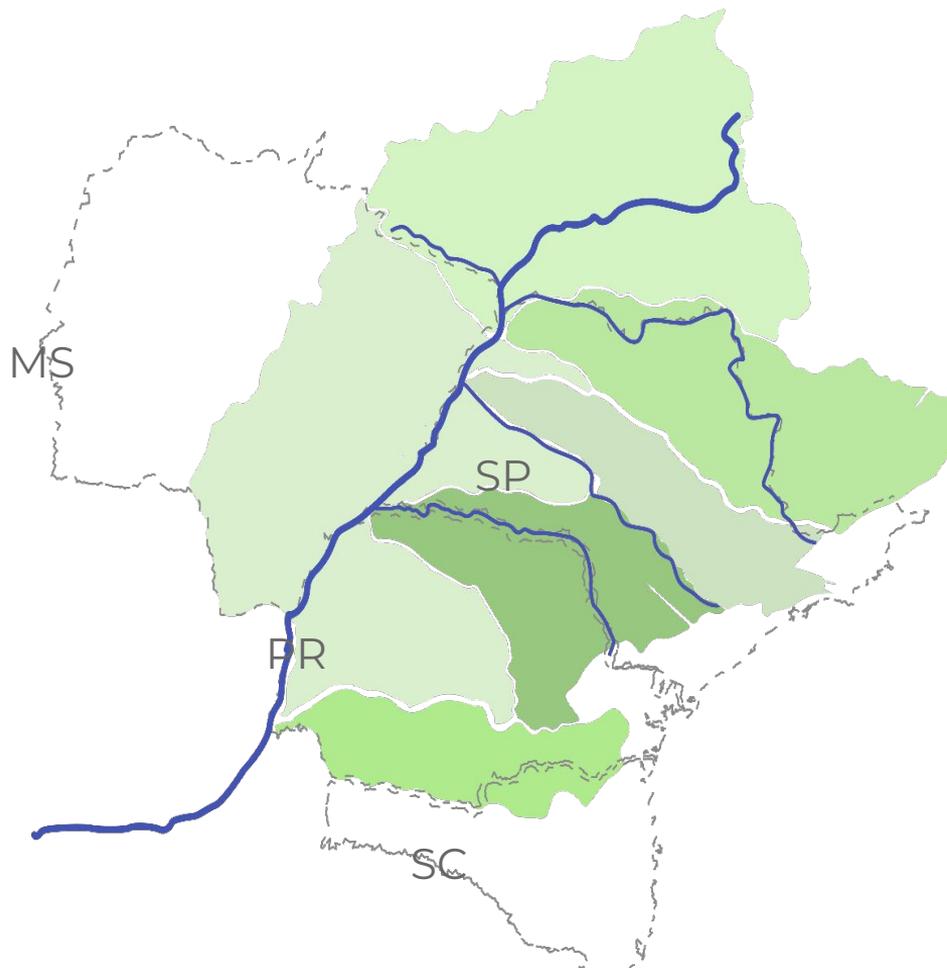
O fotógrafo Eduardo Moody iniciará um novo trecho de desbravamento da bacia a cada episódio. O percurso, decidido e apresentado por Moody e um especialista convidado, dá a estrutura da jornada dos documentaristas. Contudo, o contato com comunidades ribeirinhas e moradores locais trazem novas possibilidades de trajeto. É esse potencial de descobertas ao longo do caminho que torna a rota um dos principais objetos da série.

área explorada

nos 10 episódios

- **divisa** estado
- bacias hidrográficas
- rios

rio
Paraná



a série

-  estreia: 24/08/2024
-  **10 episódios** [3 meses de programa]
-  todos sábados às **12h45**
-  **45 minutos** de duração
-  transmissão **estadual** e **YouTube**



*Esta data poderá sofrer alteração conforme andamento da produção do reality.



APRESENTA

RIOS

CONHEÇA AS **SOLUÇÕES DE CONTEÚDO E MÍDIA PERSONALIZADAS**

RIOS

MÊS1

1º EPISÓDIO - Rio Grande / Salvador e Curitiba

2º EPISÓDIO - Rio Paraná / Capitólio (MG), Igarapava, Santa Clara D'oeste

3º EPISÓDIO - Rio Tietê/SP

4º EPISÓDIO - Rodovia Tietê - Paraná / Salesópolis e Salto

MÊS2

5º EPISÓDIO - Rio Paranapanema / SP / PR

6º EPISÓDIO - Rio Tibagi / Ponta Grossa PR

7º EPISÓDIO - Rio Tibagi / Londrina e Maringá - PR

8º EPISÓDIO - Rio Ivaí / Prudentópolis, Cianorte e Museu Sete Quedas

MÊS3

9º EPISÓDIO - Rio Iguaçu e Cataratas / PR

10º EPISÓDIO - Tríplice Fronteira / PR



conteúdo

O objetivo do **branded content**** é criar uma conexão visualmente atraente entre o produto e a marca, integrando-o à narrativa da série. O foco será destacar as iniciativas, ou as quais a organização esteja envolvida, relacionadas à preservação dos rios e do meio ambiente no estado do Paraná.

A marca poderá ter até **02 episódios**** com branded content. (cota apresenta)

A linguagem utilizada será a mesma da série, com duração de até 3 minutos para ser inserida no episódio com a narração original.

a) ações de branded content

- ação de até 120" dentro do episódio;
- desdobramento do conteúdo para os meios digitais;
- chamadas no programação para o episódio

*** (cota apresenta)*



resumo episódios

1º episódio

Rio Grande / Salvador e Curitiba

O fotógrafo Eduardo Moody se despede das águas de Salvador, na Bahia e inicia a jornada por Curitiba destacando a Bacia do Paraná, seus aspectos econômicos, culturais e a importância das conexões que são feitas a partir dos seus rios.

2º episódio

Rio Paraná / Capitólio (MG), Igarapava, Santa Clara D'Oeste (SP)

Do progresso presente na Usina Hidrelétrica de Igarapava, as belezas naturais de Capitólio em Minas Gerais. Na rota traçada inclui até um passeio no ponto de encontro dos rios Grande e Paranaíba, que formam o Rio Paraná.

3º episódio

Rio Tietê / SP

Chama-se a atenção para as fases do Rio que corta a capital paulista, o Tietê. Cenários diversos, projetos de reflorestamento e histórias emocionantes incluindo um clube que já foi palco das competições de nado, regatas e remo no rio Tietê ainda limpo.

4º episódio

Rodovia Tietê - Paraná / Salesópolis e Salto

A nascente do Rio Tietê, em Salesópolis e a importância da Hidrovia Tietê-Paraná, são eternizadas através das fotos de Eduardo Moody.

5º episódio

Rio Paranapanema / SP/ PR

Experiências em Bariri, Pederneiras e Rosana marcam as experiências do fotógrafo.

6º episódio

Rio Tibagi / Ponta Grossa – PR

O sexto episódio da série explora o Parque Estadual de Vila Velha, nas margens do Rio Tibagi, as possibilidades na utilização do solo.

7º episódio

Rio Tibagi / Londrina e Maringá – PR

Diversidade étnica e cultural do estado do Paraná marcam as experiências do fotógrafo e sua equipe.

8º episódio

Rio Ivaí / Prudentópolis, Cianorte e Museu Sete Quedas – PR

Em Cianorte, onde a indústria de confecção movimentava a economia paranaense e vamos até o Museu Sete Quedas.

9º episódio

Rio Iguaçu e Cataratas / PR

O nono episódio explora a fauna e a flora do Rio Iguaçu que recebe o lixo industrial e o esgoto doméstico da metrópole, se recupera, fica limpo e, quando navegável, corre na direção oeste do estado até desaguar nas águas do rio Paraná.

10º episódio

Tríplice FRONTEIRA - PR

A Hidrelétrica de Itaipu, líder mundial na produção de energia limpa e renovável, faz parte do destino final de Eduardo Moody em Rios Paraná.



pílulas

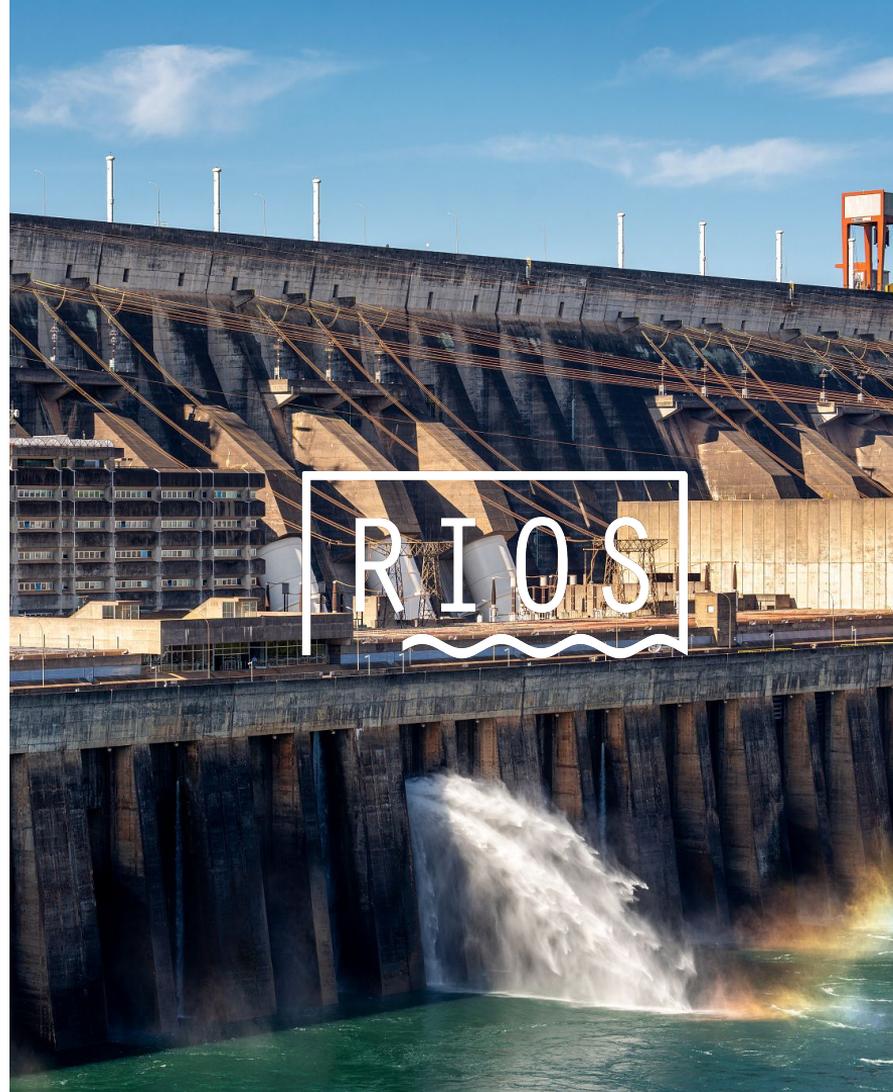
Conteúdos da série na programação rotativa, trazendo diversos temas de discussão relacionados a temáticas do documentário:

**conscientização_
agronegócio_
energia_
descarte_
natureza_
abastecimento_
economia_**

- O único recurso natural que tem a ver com todos os aspectos da civilização humana, desde o desenvolvimento agrícola e industrial aos valores culturais. Um recurso natural essencial, seja como componente bioquímico de seres vivos, como meio de vida de várias espécies vegetais e animais, como elemento representativo de valores sociais e culturais e até como fator de produção de vários bens de consumo final e intermediário.

Entrega Cota Apresenta:

- Abertura com aplicação de logo.
- Vinheta de 5" exclusiva de encerramento do patrocinador.



pílulas

Todas as pílulas de conteúdo para TV serão **transformadas em conteúdos** para os meios de comunicação **digital**.



[▶ assista o vídeo aqui](#)



[▶ assista o vídeo aqui](#)

RIC.com.br

R7

2.1MM usuários únicos **7MM** page views

92%
mobile

Gênero



Faixa etária



Fonte: Google analytics, mai 2023

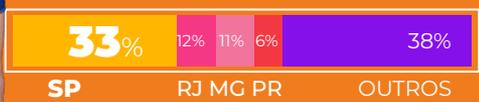
64MM usuários únicos **650MM**

89%
mobile

Gênero



Demográfico



FONTE: TOTAL AUDIÊNCIA R7 MULTIPLATAFORMA | janeiro de /21 DADOS: TAILTARGET (REF. AO MÊS DE JANEIRO/21)

cota apresenta

conteúdo



Episódios RIOS

aproveitamento: Aplicação de logomarca na abertura e assinatura de 5" no encerramento

Branded Content RIOS

aproveitamento: Exclusivo

Pílulas de Conteúdo Rotativo (07h-24h)

aproveitamento: Aplicação de logomarca na abertura e assinatura de 5" no encerramento



Pílula de Conteúdo Rotativo

aproveitamento: assinatura de 5" encerramento



Conteúdo Publicitário

aproveitamento: Link Building



Post Redes Sociais - Conteúdo sobre a Série

aproveitamento: aplicação de logo e/ou @ da marca

divulgação

Chamadas de divulgação da série

Rotativo

aproveitamento: Aplicação de Logo + vinheta de 5" no encerramento

Chamadas de divulgação do branded content

Rotativo

aproveitamento: Vinheta de 5" no encerramento

POP UP de divulgação

Balanço Geral e Cidade Alerta - Praças

aproveitamento: Aplicação de Logo

Comercial de 30"

Rotativo

aproveitamento: Exclusivo

Chamadas de divulgação

Rotativo

aproveitamento: assinatura de 5" encerramento

Mídia Display RIC Mais e R7

aproveitamento: Aplicação de Logo

Editoria Exclusiva

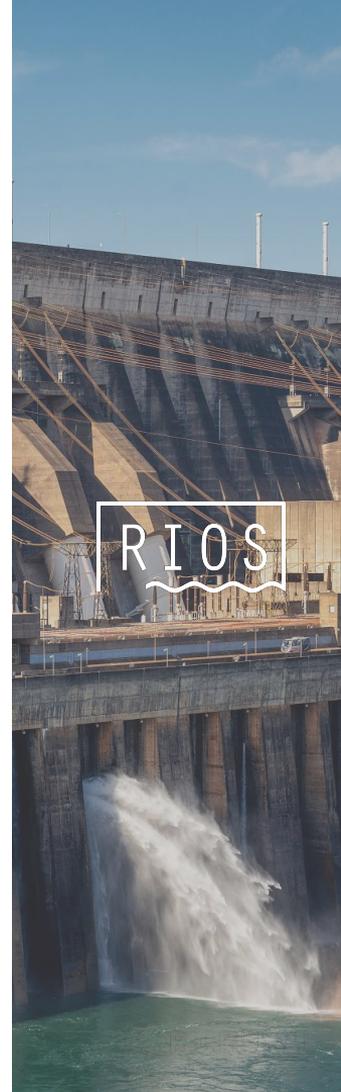
aproveitamento: Aplicação de Logo

Post Redes Sociais - divulgação da Série

aproveitamento: aplicação de logo e/ou @ da marca

Social Branded Exclusivo

aproveitamento: Exclusivo



RESULTADOS ESTIMADOS

> COTA APRESENTA

RICtv CURITIBA ALCANCE ESTIMADO

1.787.938

pessoas alcançadas no total de indivíduos

1.600.407

pessoas alcançadas no target AS ABCDE 18+

RICtv LONDRINA ALCANCE ESTIMADO

445.744

pessoas alcançadas no total de indivíduos

403.031

pessoas alcançadas no target AS ABCDE 18+

RICtv MARINGÁ ALCANCE ESTIMADO

701.533

pessoas alcançadas no total de indivíduos

551.165

pessoas alcançadas no target AS ABCDE 18+

RICtv OESTE ALCANCE ESTIMADO

65.675

pessoas alcançadas no total de indivíduos

62.310

pessoas alcançadas no target AS ABCDE 18+

Jovem Pan + Jovem Pan News CURITIBA ALCANCE ESTIMADO

586.219

pessoas alcançadas no total de indivíduos

RICtv Entretenimento

16 mil a 46 mil

**contas alcançadas por dia de campanha
target: AS ABCDE 18+ | reality shows | Paraná

**Essa é apenas uma simulação de mídia, os resultados podem variar de acordo com a campanha.

> DIGITAL

investimento

TABELA



RIOS

COTA **APRESENTA**

R\$ 2.232.958,00

Exibição Prevista: Agosto 2024
AOS SÁBADOS 12h45

Foto: Eduardo Moody durante a gravação de RIOS Maranhenses

***data de lançamento poderá sofrer alteração.*

regulamento

1. Prazo de Pagamento: 15 d.f.m;
2. Prazo para fechamento comercial

Reality	Início divulgação*	Fechamento Comercial	Estreia do reality*
RIOS	Julho	01/07/2024	24/08/2024

3. Número de Cotas: 03 (três) Cotas patrocínio e 01 (uma) Cota Apresenta;
4. As entregas prometidas neste projeto estão condicionadas aos valores determinados no slide **22**. A comercialização abaixo desse valor poderá impactar nas entregas de mídia. Em caso de negociação, solicite ao seu seu consultor comercial o plano de mídia atualizado.
5. O cliente deverá entregar os materiais listados no slide **24** de checklist de mídia no prazo de **02** dias úteis após o fechamento comercial;
6. A estrutura desta proposta comercial e o planejamento de mídia poderão sofrer alterações até o início do projeto, não implicando ônus aos clientes que já tiverem assinado o PI.
7. Em caso de cancelamento da mídia antes do período contratado, o valor integral do contrato será recalculado com base na tabela de preços vigente no mês de veiculação;
8. Reservamo-nos o direito de exclusividade na divulgação dos materiais desenvolvidos pelo Grupo Ric;
9. O Grupo Ric reserva-se o direito de entregar mídias adicionais para divulgação institucional sem a marca dos patrocinadores;
10. Este projeto foi desenvolvido pelo Grupo Ric e os direitos autorais são de sua propriedade.

check de mídia

Comunicação	Formato Material
Logo	Logo com manual da marca + versão monocromática - ai, pdf, psd ou vetor
Site, Facebook e Instagram	Links
Vinheta de 5" – com a claquete da Ancine dentro da validade	Vídeo (MXF) - 1920x1080
URL para criação do QR CODE	Link

Redes Sociais	Formato Mídia
Stories e Post	Logo com manual da marca + versão monocromática - ai, pdf, psd ou vetor
Social Branded	Briefing Social Branded - Formulário

RIC.com.br	Formato Mídia
Publiteditorial	<ol style="list-style-type: none">1) Texto com no mínimo 2 mil caracteres, revisado;2) Título de até 110 caracteres sem pontos e vírgulas, curto e direto;3) Foto capa 500x500 no formato JPG ou PNG4) Se o cliente desejar, pode-se enviar até 10 fotos (de acordo com o publiteditorial) para uma galeria no topo da página.
Mídia Display (728x90, 300x250, 320x50, 320x100, 970x90, 970x250, 250x250)	As imagens devem estar em JPEG e PNG, podem ser enviados também como um formato extra gif ou html5. *Peso máximo do arquivo 1MB Uso de vídeo embedado: Somente via tag de terceiro, duração máxima de 30", até 2mb Os vídeos devem ser enviados nos formatos .MP4 e .mov, avi, .m4v. com duração máxima de 1 minuto e tamanho de 512MB Formatos adicionais:avi, .m4v, .mpeg, .mpg, .webm e .wmv.



Acesse o
Site Comercial

veículos de comunicação



Curitiba | 100.9
Londrina | 102.1
Ponta Grossa | 102.5
Cascavel | 101.5



Curitiba | 107.1
Londrina | 104.5
Maripóá | 107.3
Foz de Iguaçu | 105.1

RIC.com
.br



TOPVIEW



RIC
podcasts

RICLab

RICRURAL
HUB



RICplay

Quintal
ventures

JOY

unidades de negócio