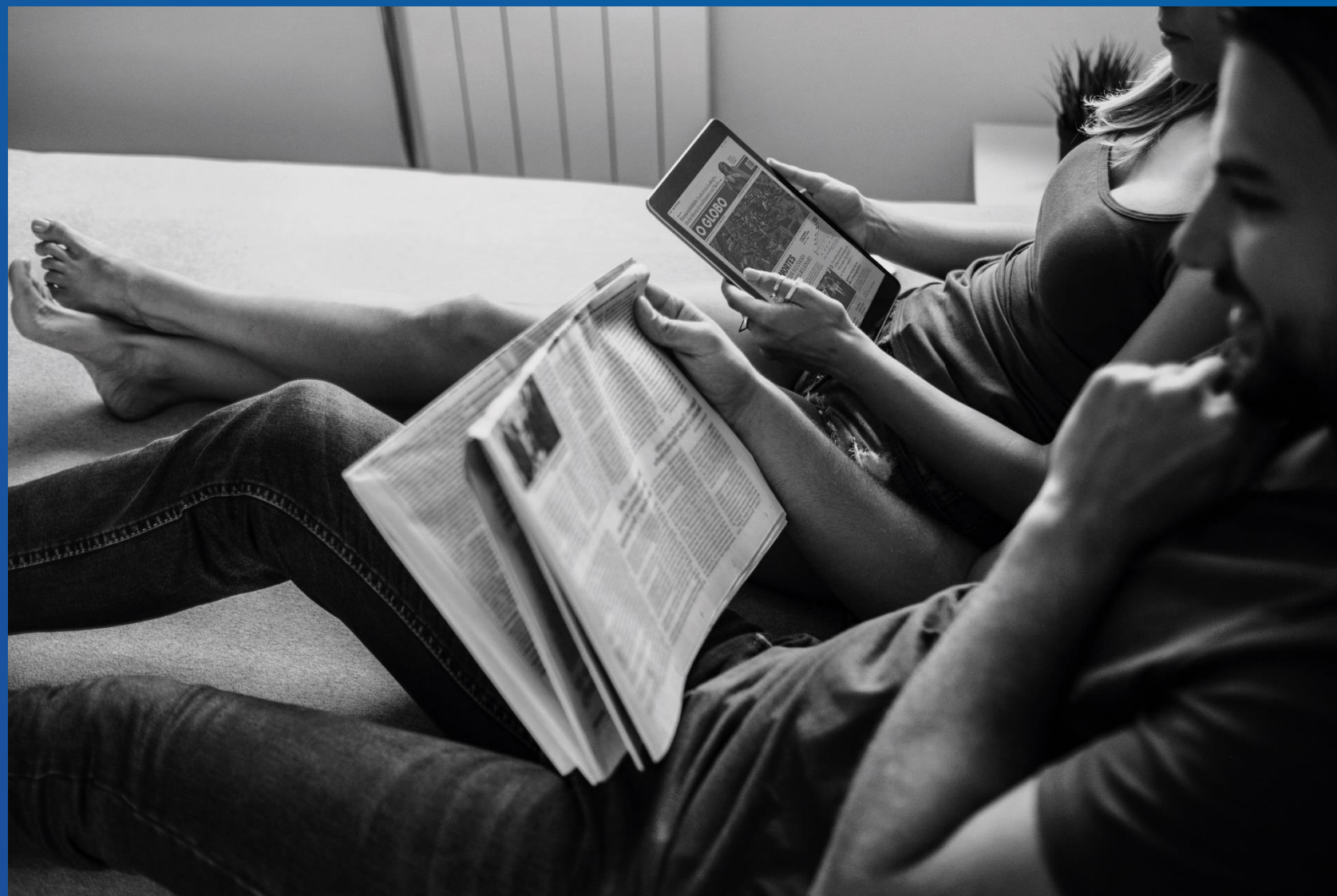


# Media Kit O Globo 2024



THE GLOBO GROUP IS THE LARGEST MEDIA AND  
COMMUNICATION CONGLOMERATE IN BRAZIL.  
LEADERSHIP WITH CREDIBILITY ACROSS ALL PLATFORMS.

GRUP**O** G**LOBO**



**SGR**  
SISTEMA GLOBO DE RÁDIO



O GLOBO

# OUR BRANDS

The largest publishing group in the country

In print, radio, and digital.

Nearly a century of history in producing premium content with credibility across all platforms and depth in the segments we operate.



EDIÇÕES | GLOBO CONDÉ NAST



WE ARE WOMEN, MEN, MOTHERS, FATHERS, ENTREPRENEURS, EXECUTIVES, BUSINESS OWNERS, AGRO, BUSINESS, TECHNOLOGY, ECONOMY, POLITICS, DECORATION, CARS, INNOVATION, FINANCE, BEAUTY, EMPOWERMENT, DIVERSITY, CONSUMPTION, ENTERTAINMENT, INFORMATION, FASHION, CAREER, SERVICE, SCIENCES, GEEKS, EVERYDAY LIFE, AND TRENDS.



# COMPREHENSIVE COVERAGE ACCESSIBLE TO ALL, SHOWCASING YOUR BRAND PROMINENTLY



**FEATURED IN THE NATION'S WIDEST-REACHING NEWSPAPER ON ITS BUSIEST DAY.\*<sup>1</sup>**



**1 IN 5 PEOPLE READ GLOBO.\*<sup>2</sup> 85% OF THE DIGITAL AUDIENCE COMES FROM OUTSIDE RIO \*<sup>3</sup>**



**GROWTH IN CIRCULATION 12% GROWTH IN THE EXCLUSIVE DIGITAL WALLET, EXPANDING THE NATIONAL REACH OF O GLOBO \*<sup>4</sup>**



**LEADER IN PRINT CIRCULATION \*<sup>5</sup> AND LEADER IN DIGITAL AUDIENCE AMONG PREMIUM \*<sup>6</sup> NEWSPAPERS**  
401,858 COPIES 24.5 M  
UNIQUE USERS 133 M  
PAGEVIEWS

Source: \*<sup>1</sup> Kantar Ibope Media – TG BR 2023 R2 – People | (AF) Printed Newspapers: Sundays Editions: Recent Readers // \*<sup>2</sup> Kantar Ibope Media – TG BR 2023 R2 – People | Newspapers: Read Print + Digital Edition (without overlapping) | \*<sup>3</sup> Google Analytics October/23 | \*<sup>4</sup> IVC – Average Monday to Sunday – Circulation Digital Edition – Non-overlapping subscriptions – September/2023 vs September/2022 | \*<sup>5</sup> IVC – Average Monday to Sunday – Circulation Print Edition – September/2023 | \*<sup>6</sup> Comscore September/2023





**O GLOBO**



**NEWSLETTER**

**2.7 M shipments**

(October/2023 – Daily Morning News)

## AUDIENCE

### NEWSPAPER READERS

(Read printed + digital version)

**2.2 M of readers**

**Circulation: 401,858**

### WEBSITE READERS

**24.5 M unique visitors**

**133 M page views**

### Social media

**17.9 M followers**



5.6M



7.4M



3.0M



65K



1.1M



328K



317K

## AUDIENCE PROFILE



### NEWSPAPER

51% Men

67% AB

29% C

**26%**

25 to 34 years old

14% up to 24 years old

26% 35 to 44 years old

18% 45 to 54 years old

16% 55+



### WEBSITE

53% Men

41% AB

47% C

**26%**

35 to 44 years old

12% up to 24 years old

20% 25 to 34 years old

20% 45 to 54 years old

22% 55+ years old

Source: Kantar Ibope Media – TG BR 2023 R2 - People: Newspaper Readers: Recent readership data includes print and digital edition readership (without overlap) within the last 30 days, complemented by digital profiles sourced from Clickstream – TG BR 2022 R2 – Personas, Comscore Multi-Platform data from September 2023, and IVC: Newspapers: September/2023 (print + digital – average Mon to Sun) // Analytics Social Networks May 2023 (data with overlap between networks)

**O GLOBO**



# ONE OF THE STRONGEST BRANDS IN CONTENT PRODUCTION IN THE WORLD

For nearly a century, O GLOBO has been an integral part of its readers' lives, its history intricately intertwined with that of the country. As **one of Brazil's most widely circulated newspapers**, it reaches an impressive circulation (401,858).

Innovating, transforming, surprising, and impacting, this publication **delivers relevant, safe, and quality** information across printed, digital, and mobile platforms.

With significant penetration in classes A and B, coupled with a highly qualified subscriber platform, this publication stands out as **one of the most effective media outlets in the country**.

Source: IVC September/2023 – print + digital circulation (average Monday to Sunday)



## INDEPENDENCE, IMPARTIALITY, COURAGE

These three words encapsulate the essence of the quest for true, verified information, delivered firsthand to the reader.

There have been numerous crises that have shaped the country and the world throughout this journey. O GLOBO is always reinventing itself.

The technological advancements that are transforming the way news is produced and consumed propel the newspaper towards yet another journey of reinvention.



## RELEVANT IN THE PRESENT AND LOOKING AHEAD

O GLOBO moves forward today through its agility in launching products and digital platforms that resonate with contemporaneity and meet the needs of its readers.

Because it keeps an eye on this new future we live in.  
Because it considers this new reader, who recognizes and values the importance of its role as a citizen.

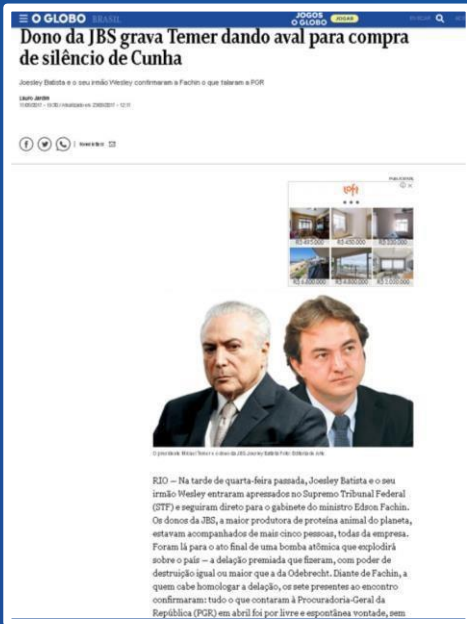
During the 2022 elections, Brazil elected O GLOBO's coverage. It generated over 580 million pageviews during the month of October, a historic milestone in the national press.

Source: IVC WEB Oct/22

**O GLOBO**

# JOURNALISM THAT SETS THE BRAZILIAN NEWS AGENDA

With a newsroom of over 350 professionals (in Brasília, RJ, and SP) producing content 24 hours a day, 7 days a week, O GLOBO sets the national journalism agenda with exclusive reports and unprecedented content.



17/05/2017 - Columnist Lauro Jardim reports that Joesley Batista recorded a conversation with Michel Temer and publishes the transcript of the dialogue. <https://oglobo.globo.com/brasil/dono-da-jbs-grava-temer-dando-aval-para-compra-de-silencio-de-cunha-21353935>



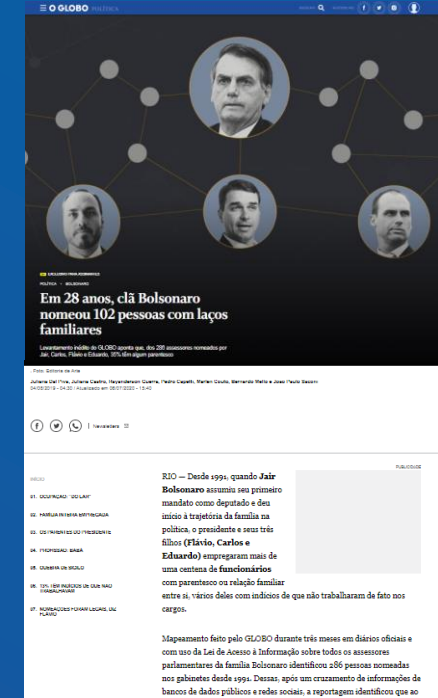
05/06/2016 - O GLOBO reveals that while the Brazilian Air Force (FAB) refused to transport organs, its planes were used to transport ministers, presidents of higher courts, and presidents. <https://oglobo.globo.com/brasil/sistema-de-transplantes-no-brasil-sofre-com-falta-de-transporte-aereo-19444859>



09/07/2013 - O GLOBO reveals that the spying activities of the American NSA agency have spread to governments in Latin America. It received the Esso Award. <https://oglobo.globo.com/brasil/sistema-de-transplantes-no-brasil-sofre-com-falta-de-transporte-aereo-19444859>



20/06/2004 - O GLOBO exposes the variation of up to 1,500% in the assets of deputies in the Legislative Assembly of the State of Rio de Janeiro. The report "Men of integrity in Alerj" received the King of Spain Award.



04/08/2019 - O GLOBO reveals an unprecedented survey indicating that, of the 286 advisors appointed by Jair, Carlos, Flávio, and Eduardo since 1991, 35% had some sort of family relationship. <https://oglobo.globo.com/politica/em-28-anos-cla-bolsonaro-nomeou-102-pessoas-com-lacos-familiares-23837445>

O GLOBO

# THE FOREMOST TEAM OF COLUMNISTS IN BRAZILIAN JOURNALISM

It furnishes pertinent and credible information, meticulously comprehensive and analyzed, empowering readers to formulate their own informed opinions.

**OPINION:** Merval Pereira, Fernando Gabeira, Flávia Oliveira, Vera Magalhães, Elio Gaspari, Bernardo Mello Franco, Malu Gaspar, Pedro Doria, Pablo Ortellado, Dorrit Harazim, Carlos Andreazza, Miguel de Almeida, Demétrio Magnoli; Eduardo Affonso, Irapuã Santana, Washington Olivetto, Edu Lyra, Roberto DaMatta, Carlos Alberto Sardenberg.

**INFORMATION:** Lauro Jardim, Ancelmo Gois, Bela Megale.

**HEALTH:** Margareth Dalcolmo, Roberto Lent, Natalia Pasternak, Ludhmila Hajjar, Roberto Kalil, Daniel Becker, Marcio Atalla, Marianne Pinotti, Salmo Raskin, Ben-Hur Ferraz Neto, Priscilla Primi, Carolina Chagas, Angelica Banhara, Isaias Rodrigues.

**ECONOMY:** Miriam Leitão, Rachel Maia, Fabio Giambiagi, Rogério Furquim Werneck, Carlos Góes, Ricardo Henriques, Gustavo Franco.

**WORLD:** Guga Chakra; Marcelo Ninio.

**SPORTS:** Carlos Eduardo Mansur, Rodrigo Capelo, Martín Fernandez, Gustavo Poli, Marcelo Barreto.

**SEGUNDO CADERNO:** Patrícia Kogut, Sensacionalista, Joaquim Ferreira dos Santos, Leo Aversa, Cacá Diegues, Martha Batalha, Ana Paula Lisboa, Cora Rónai, Nelson Motta, Ruth de Aquino, José Eduardo Agualusa.

**REVISTA ELA:** Luciana Fróes.

**RIO SHOW:** Bruno Astuto; Luana Génot; Martha Medeiros.

**THEMATIC COLUMNS AND BLOGS:** Portugal Giro, Capital, Sonar, Pulso, Play, Collection, True Crime.



**O GLOBO**

1925



1935



1945



1955



1965



1975



1980



1995



2005



2015



2020



*Chir*



O GLOBO JOGOS O GLOBO JOGAR



**BERNARDO MELLO FRANCO**

Buscar neste blog

Um olhar sobre a política e o poder no Brasil

ELEIÇÕES NA BOLÍVIA  
**Vitória de Evo, derrota de Bolsonaro**  
por Bernardo Mello Franco • 20/10/2020 • 00:00



Continue lendo

**Nathalie Moellhausen:**  
Esgrimista combina espada com moda

**SEGUNDO EM QUARENTENA**  
Fernanda Torres fala do refúgio em sítio na Região Serrana e do confinamento produtivo ao lado da mãe, do marido e dos filhos

**O GLOBO**  
1904-2003 Roberto Marinho  
Irineu Marinho (1876-1925)

**RENDA ARTIFICIAL**  
**Auxílio reduz desigualdade mas precisará de transição**  
Custo mensal de R\$ 50 bilhões inviabiliza manutenção em R\$ 600

O auxílio emergencial concedido pelo governo federal durante a pandemia reduziu a pobreza e fez a desigualdade brasileira chegar a seu menor nível histórico, informa Cássia Almeida. O cálculo, inédito, é do sociólogo Rogério Barbosa, da USP, que concluiu que, sem ele, a concentração de renda poderia ter retrocedido ao nível de 1970. Especialistas debatem, no entanto, como criar um modelo que garanta a proteção dos mais vulneráveis e seja sustentável para as contas públicas. **FOFMA27**

**Flávio...**  
à Recei...  
R\$ 350...  
pagos

Investigac...  
do da "ca...  
dor Flávi...  
sanda, o...  
Imposic...  
na comp...  
plament

NOV...  
No...  
m



THE STRUCTURE OF THE  
PRINT NEWSPAPER AND  
THE WEBSITE



## THE READER'S RELATIONSHIP WITH THE BRAND

GLOBO readers share a close affinity with our distinctive brand, cultivated through our newspaper, digital platforms, and our expanding live marketing platform. This platform is increasingly prominent in the Rio scene, showcased through events like Vinhos de Portugal, Educação 360, and Rio Gastronomia, the largest of its kind in Brazil. Evidence of this is reflected in the steady growth of our circulation, expansion of our subscriber base, and increasing digital audience. With expanded national coverage and a strong digital presence, it stands as one of the newspapers with the largest audience beyond its home state headquarters:

**85%** of the site's audience<sup>\*1</sup>

**38%** of circulation<sup>\*2</sup>

**HIGHLY INTERESTED IN POLITICS, TECHNOLOGY, SCIENCE,  
HEALTH, CULTURE, AND ECONOMY, AS WELL AS  
ENGAGING WITH BLOGS AND COLUMNISTS.**

Source: <sup>\*1</sup> Google Analytics October 2023 | <sup>\*2</sup> IVC September 2023



O GLOBO JOGOS O GLOBO JOGAR



**BERNARDO MELLO FRANCO**

Buscar neste blog

Um olhar sobre a política e o poder no Brasil

ELEIÇÕES NA BOLÍVIA  
**Vitória de Evo, derrota de Bolsonaro**  
por Bernardo Mello Franco • 20/10/2020 • 00:00



Continue lendo

**Nathalie Moellhausen:**  
Esgrimista combina espada com moda

**SEGUNDO EM QUARENTENA**  
Fernanda Torres fala do refúgio em sítio na Região Serrana e do confinamento produtivo ao lado da mãe, do marido e dos filhos

**O GLOBO**  
1904-2003 Roberto Marinho  
Irineu Marinho (1876-1925)

**RENDA ARTIFICIAL**  
**Auxílio reduz desigualdade mas precisará de transição**  
Custo mensal de R\$ 50 bilhões inviabiliza manutenção em R\$ 600

O auxílio emergencial concedido pelo governo federal durante a pandemia reduziu a pobreza e fez a desigualdade brasileira chegar a seu menor nível histórico, informa Cássia Almeida. O cálculo, inédito, é do sociólogo Rogério Barbosa, da USP, que concluiu que, sem ele, a concentração de renda poderia ter retrocedido ao nível de 1970. Especialistas debatem, no entanto, como criar um modelo que garanta a proteção dos mais vulneráveis e seja sustentável para as contas públicas. **FOFMA27**

**Flávio...**  
à Recei...  
R\$ 350...  
pagos

Investigac...  
do da "ca...  
dor Flávi...  
sanda, o...  
Imposic...  
na comp...  
plament

NOV...  
No...  
m

THE STRUCTURE OF THE PRINT NEWSPAPER AND THE WEBSITE



## WHAT MAKES OUR COVERAGE DIFFERENT?

O GLOBO is reliable, balanced, and thoughtful. While many newspapers today rush to report the news as quickly as possible to chase clicks, O GLOBO also values speed but not at the expense of accuracy.

At O GLOBO, information is fact-checked, and different perspectives and viewpoints are carefully considered before being published. The focus is on providing reliable and well-rounded coverage that takes into account various angles of the story.

# EDITORIAL

## PRODUCT EVOLUTIONS AND COMMERCIAL OPPORTUNITIES

The initial phase of the transformation involved ramping up the production of nationally relevant content, aligning with our strategy to attract and retain new subscribers. This approach also aimed to cultivate an editorial environment conducive to advertisers across various sectors.

## EDITORIAL CONTENT HIGHLIGHTS



Economy, with a greater focus on companies and businesses.



Brazil, covering themes from all regions of the country



Health, editorial creates opportunities for key advertising segments



Segundo Caderno, a source of information for those interested in culture.



Play, always with the best in entertainment

AN ENVIRONMENT FOR LUXURY, FINANCE, FASHION, AND MORE ADVERTISERS!

High frequency further enhances the brands

Our advertisers have access to various formats to communicate with a large audience in spaces that prioritize high volume in short periods of time.

The collage features several O GLOBO newspaper pages and advertisements. On the left, a page titled 'A comédia mais afiada do ano' features a photo of Patrícia Kogut. Below it is an advertisement for 'BADBOY' perfume by Carolina Herrera. In the center, a newspaper page has the headline 'oberto Jefferson empurra TB para a direita bolsonarista' and a large photograph of a man in a suit. Below this is a Gucci advertisement featuring a couple and the text 'BELOVED'. To the right, a Louis Vuitton advertisement shows a person walking on a beach with a large sculpture. Further right is a Golden Cross advertisement with the headline 'PENSE, COMPARE, MUDE.' and 'CHEGOU A SUA VEZ DE SER GOLDEN.' Below this is a Bradesco Saúde advertisement for 'Saúde Digital' featuring a woman using a tablet. At the bottom right, the O GLOBO logo is displayed.





14 O GLOBO O GLOBO 15

**Brasil**

**OS RESULTADOS DO PISA**

# 73% DOS ALUNOS NÃO SABEM O BÁSICO EM MATEMÁTICA

**Brasil segue com nível baixo após pandemia que derrubou resultado de países ricos**

**OS RESULTADOS DO EXAME INTERNACIONAL Entenda o teste**

O teste avalia a habilidade de aplicar conhecimentos matemáticos em situações do cotidiano. O teste é aplicado em 85 países e o Brasil participou pela primeira vez em 2022. O resultado do Brasil foi de 403 pontos, o mesmo que o de 2018. Isso significa que 73% dos alunos não sabem o básico em matemática.

**Qual o nível de proficiência?**

Os resultados do teste são classificados em cinco níveis de proficiência. O Brasil ficou no nível 3, o mesmo que o de 2018. Isso significa que 73% dos alunos não sabem o básico em matemática.

**Quanto tempo levou para fazer o teste?**

O teste levou cerca de 40 minutos para ser feito. O tempo varia de acordo com o nível de proficiência do aluno.

**Como o teste é aplicado?**

O teste é aplicado em escolas públicas e privadas. O teste é aplicado em 85 países e o Brasil participou pela primeira vez em 2022.

**Ranking mundial nas três áreas**

**Letras**

País	Pontuação
1. Coreia	551
2. Japão	548
3. Singapura	547
4. Hong Kong	546
5. Taiwan	545
6. Austrália	544
7. Canadá	543
8. Nova Zelândia	542
9. Países Baixos	541
10. Dinamarca	540
11. Suíça	539
12. Alemanha	538
13. França	537
14. Espanha	536
15. Itália	535
16. Reino Unido	534
17. Portugal	533
18. Bélgica	532
19. Polónia	531
20. Eslovênia	530
21. Eslováquia	529
22. Lituânia	528
23. Estónia	527
24. Letónia	526
25. Irlanda	525
26. Suécia	524
27. Finlândia	523
28. Noruega	522
29. Islândia	521
30. Luxemburgo	520
31. Suíça	519
32. Alemanha	518
33. França	517
34. Espanha	516
35. Itália	515
36. Reino Unido	514
37. Portugal	513
38. Bélgica	512
39. Polónia	511
40. Eslovênia	510
41. Eslováquia	509
42. Lituânia	508
43. Estónia	507
44. Letónia	506
45. Irlanda	505
46. Suécia	504
47. Finlândia	503
48. Noruega	502
49. Islândia	501
50. Luxemburgo	500

**Matemática**

País	Pontuação
1. Coreia	551
2. Japão	548
3. Singapura	547
4. Hong Kong	546
5. Taiwan	545
6. Austrália	544
7. Canadá	543
8. Nova Zelândia	542
9. Países Baixos	541
10. Dinamarca	540
11. Suíça	539
12. Alemanha	538
13. França	537
14. Espanha	536
15. Itália	535
16. Reino Unido	534
17. Portugal	533
18. Bélgica	532
19. Polónia	531
20. Eslovênia	530
21. Eslováquia	529
22. Lituânia	528
23. Estónia	527
24. Letónia	526
25. Irlanda	525
26. Suécia	524
27. Finlândia	523
28. Noruega	522
29. Islândia	521
30. Luxemburgo	520
31. Suíça	519
32. Alemanha	518
33. França	517
34. Espanha	516
35. Itália	515
36. Reino Unido	514
37. Portugal	513
38. Bélgica	512
39. Polónia	511
40. Eslovênia	510
41. Eslováquia	509
42. Lituânia	508
43. Estónia	507
44. Letónia	506
45. Irlanda	505
46. Suécia	504
47. Finlândia	503
48. Noruega	502
49. Islândia	501
50. Luxemburgo	500

**Ciências**

País	Pontuação
1. Coreia	551
2. Japão	548
3. Singapura	547
4. Hong Kong	546
5. Taiwan	545
6. Austrália	544
7. Canadá	543
8. Nova Zelândia	542
9. Países Baixos	541
10. Dinamarca	540
11. Suíça	539
12. Alemanha	538
13. França	537
14. Espanha	536
15. Itália	535
16. Reino Unido	534
17. Portugal	533
18. Bélgica	532
19. Polónia	531
20. Eslovênia	530
21. Eslováquia	529
22. Lituânia	528
23. Estónia	527
24. Letónia	526
25. Irlanda	525
26. Suécia	524
27. Finlândia	523
28. Noruega	522
29. Islândia	521
30. Luxemburgo	520
31. Suíça	519
32. Alemanha	518
33. França	517
34. Espanha	516
35. Itália	515
36. Reino Unido	514
37. Portugal	513
38. Bélgica	512
39. Polónia	511
40. Eslovênia	510
41. Eslováquia	509
42. Lituânia	508
43. Estónia	507
44. Letónia	506
45. Irlanda	505
46. Suécia	504
47. Finlândia	503
48. Noruega	502
49. Islândia	501
50. Luxemburgo	500

**Recepção sobre o ambiente escolar**

Os alunos avaliaram o ambiente escolar em cinco aspectos: segurança, qualidade de ensino, infraestrutura, diversidade e participação dos pais. O Brasil ficou no nível 3 em todos os aspectos.

**Ranking mundial nas três áreas**

**Letras**

País	Pontuação
1. Coreia	551
2. Japão	548
3. Singapura	547
4. Hong Kong	546
5. Taiwan	545
6. Austrália	544
7. Canadá	543
8. Nova Zelândia	542
9. Países Baixos	541
10. Dinamarca	540
11. Suíça	539
12. Alemanha	538
13. França	537
14. Espanha	536
15. Itália	535
16. Reino Unido	534
17. Portugal	533
18. Bélgica	532
19. Polónia	531
20. Eslovênia	530
21. Eslováquia	529
22. Lituânia	528
23. Estónia	527
24. Letónia	526
25. Irlanda	525
26. Suécia	524
27. Finlândia	523
28. Noruega	522
29. Islândia	521
30. Luxemburgo	520
31. Suíça	519
32. Alemanha	518
33. França	517
34. Espanha	516
35. Itália	515
36. Reino Unido	514
37. Portugal	513
38. Bélgica	512
39. Polónia	511
40. Eslovênia	510
41. Eslováquia	509
42. Lituânia	508
43. Estónia	507
44. Letónia	506
45. Irlanda	505
46. Suécia	504
47. Finlândia	503
48. Noruega	502
49. Islândia	501
50. Luxemburgo	500

**Matemática**

País	Pontuação
1. Coreia	551
2. Japão	548
3. Singapura	547
4. Hong Kong	546
5. Taiwan	545
6. Austrália	544
7. Canadá	543
8. Nova Zelândia	542
9. Países Baixos	541
10. Dinamarca	540
11. Suíça	539
12. Alemanha	538
13. França	537
14. Espanha	536
15. Itália	535
16. Reino Unido	534
17. Portugal	533
18. Bélgica	532
19. Polónia	531
20. Eslovênia	530
21. Eslováquia	529
22. Lituânia	528
23. Estónia	527
24. Letónia	526
25. Irlanda	525
26. Suécia	524
27. Finlândia	523
28. Noruega	522
29. Islândia	521
30. Luxemburgo	520
31. Suíça	519
32. Alemanha	518
33. França	517
34. Espanha	516
35. Itália	515
36. Reino Unido	514
37. Portugal	513
38. Bélgica	512
39. Polónia	511
40. Eslovênia	510
41. Eslováquia	509
42. Lituânia	508
43. Estónia	507
44. Letónia	506
45. Irlanda	505
46. Suécia	504
47. Finlândia	503
48. Noruega	502
49. Islândia	501
50. Luxemburgo	500

**Ciências**

País	Pontuação
1. Coreia	551
2. Japão	548
3. Singapura	547
4. Hong Kong	546
5. Taiwan	545
6. Austrália	544
7. Canadá	543
8. Nova Zelândia	542
9. Países Baixos	541
10. Dinamarca	540
11. Suíça	539
12. Alemanha	538
13. França	537
14. Espanha	536
15. Itália	535
16. Reino Unido	534
17. Portugal	533
18. Bélgica	532
19. Polónia	531
20. Eslovênia	530
21. Eslováquia	529
22. Lituânia	528
23. Estónia	527
24. Letónia	526
25. Irlanda	525
26. Suécia	524
27. Finlândia	523
28. Noruega	522
29. Islândia	521
30. Luxemburgo	520
31. Suíça	519
32. Alemanha	518
33. França	517
34. Espanha	516
35. Itália	515
36. Reino Unido	514
37. Portugal	513
38. Bélgica	512
39. Polónia	511
40. Eslovênia	510
41. Eslováquia	509
42. Lituânia	508
43. Estónia	507
44. Letónia	506
45. Irlanda	505
46. Suécia	504
47. Finlândia	503
48. Noruega	502
49. Islândia	501
50. Luxemburgo	500

**Alunos que não aprenderam o básico em matemática**

Gráfico de barras mostrando a porcentagem de alunos que não aprenderam o básico em matemática em diferentes países. O Brasil está em 73%.

**Evolução das notas do Brasil no PISA**

Gráfico de linhas mostrando a evolução das notas do Brasil no PISA de 2006 a 2022. As notas foram: 403 (2006), 403 (2018), 403 (2022).

**Ministro defende redução de EAD na formação docente**

Em razão da pressão por qualidade, o ministro da Educação defende a redução da carga horária de Educação a Distância (EAD) na formação de professores. O ministro afirmou que a EAD não é adequada para a formação de professores, pois não permite a interação necessária para o desenvolvimento de habilidades pedagógicas.

# EDITORIAL: BRAZIL

To reinforce the strategy of a national newspaper, the País editorial division has been restructured into two distinct entities: Brazil and Politics.

In Brazil, we tell local stories with national relevance and interest. Delivering news that transcends state boundaries and dedicating a new platform to major issues, often overlooked in current discourse.

The Editorial section emphasizes discussions on significant national themes, including the environment, education, innovative solutions in urban settings, and diversity.



Economia

PROJEÇÕES REVISADAS  
Meta feita usando vulnerabilidades de jermis

MERCADO ACUÍDICO

# CRÉDITO PARA EMPRESAS

## Emissões de títulos de dívida retomam patamar pré-crise da Americanas



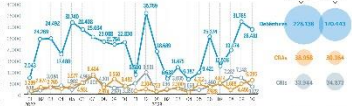
Operação de instalação de uma rede de distribuição de gás em uma obra de infraestrutura.

As emissões de títulos de dívida para empresas retomaram o patamar pré-crise da Americanas em 2022. O setor de infraestrutura foi o principal beneficiário, com o lançamento de títulos no valor de R\$ 11,8 bilhões em dezembro. O crescimento das emissões reflete a recuperação do mercado de crédito corporativo e a retomada dos investimentos em infraestrutura.

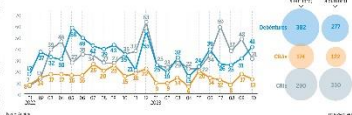
As emissões de títulos de dívida para empresas retomaram o patamar pré-crise da Americanas em 2022. O setor de infraestrutura foi o principal beneficiário, com o lançamento de títulos no valor de R\$ 11,8 bilhões em dezembro. O crescimento das emissões reflete a recuperação do mercado de crédito corporativo e a retomada dos investimentos em infraestrutura.

### SINAIS DE RECUPERAÇÃO

Indicadores de atividade econômica



### Índice de preços



### Índice de produção



### Índice de emprego



### Índice de confiança



### RECURSOS LÍQUIDOS

Fluxo de caixa das empresas



### Índice de preços



### Índice de produção



### Índice de emprego



### Índice de confiança



Economia

PROJEÇÕES REVISADAS  
Justiça financeira no Brasil: Stability or Eatly

# ACENO PARA INDICAÇÕES POLÍTICAS

## Analistas da Petrobras avaliam mudanças no futuro da companhia



Analistas da Petrobras avaliam mudanças no futuro da companhia. O setor de energia está passando por uma transformação profunda, com o foco em energias renováveis e eficiência operacional. A Petrobras está buscando se adaptar a essas mudanças para manter sua competitividade no mercado.

Analistas da Petrobras avaliam mudanças no futuro da companhia. O setor de energia está passando por uma transformação profunda, com o foco em energias renováveis e eficiência operacional. A Petrobras está buscando se adaptar a essas mudanças para manter sua competitividade no mercado.

### RECURSOS LÍQUIDOS

Fluxo de caixa das empresas



### Índice de preços



### Índice de produção



### Índice de emprego



### Índice de confiança



### RECURSOS LÍQUIDOS

Fluxo de caixa das empresas



### Índice de preços



### Índice de produção



### Índice de emprego



### Índice de confiança



### RECURSOS LÍQUIDOS

Fluxo de caixa das empresas



### Índice de preços



### Índice de produção



### Índice de emprego



### Índice de confiança



### ao Cade para renegociar venda de refinarias

Empresas avaliam opções de venda de refinarias



Empresas avaliam opções de venda de refinarias. O setor de energia está passando por uma transformação profunda, com o foco em energias renováveis e eficiência operacional. As refinarias estão sendo avaliadas como ativos estratégicos para a diversificação do portfólio das empresas.

### ao Cade para renegociar venda de refinarias

Empresas avaliam opções de venda de refinarias



Empresas avaliam opções de venda de refinarias. O setor de energia está passando por uma transformação profunda, com o foco em energias renováveis e eficiência operacional. As refinarias estão sendo avaliadas como ativos estratégicos para a diversificação do portfólio das empresas.

### ao Cade para renegociar venda de refinarias

Empresas avaliam opções de venda de refinarias



Empresas avaliam opções de venda de refinarias. O setor de energia está passando por uma transformação profunda, com o foco em energias renováveis e eficiência operacional. As refinarias estão sendo avaliadas como ativos estratégicos para a diversificação do portfólio das empresas.

# EDITORIAL: ECONOMY

The Caderno program accentuates the business world and the influential decision-makers steering the Brazilian economy.

It delves deeper into market trends, startup initiatives, and resonates across the newspaper's pages with exclusive insights from columnists like Lauro Jardim.

Creating opportunities for in-depth interviews with CEOs, aiming to enrich the discourse with their perspectives on macroeconomics.



# SEGUNDO CADERNO

The Segundo Caderno aligns with GLOBO's modernization efforts, evolving into a more vibrant, sophisticated, creative, and profound platform. It now offers expanded content, larger mirror size, and the elimination of fixed sections.

Pioneering trends, the section offers content that reflects post-Covid culture: comprehensive coverage that tracks shifts in reader behavior, with increased focus on books, streaming, music, and TV content.

**SEGUNDO CADERNO**

**ENTREVISTA PEDRO NESSILHO** *Ator, diretor e roteirista*

## 'A SURDEZ É UMA DEFICIÊNCIA INVISÍVEL'

**ARTISTA FALA DAS NOVELAS APÓS 12 ANOS, EM 'RENASCER: QUANDO USARA APARELHO AUDITIVO PELA PRIMEIRA VEZ NA TV, 'MUDOU MINHA EXPERIÊNCIA DE VIVID'**

**PERCEBIA QUE A SURDEZ É UMA DEFICIÊNCIA INVISÍVEL**

Depois de 12 anos, Pedro Nessilho relembra sua experiência de viver com surdez e como isso mudou sua percepção da vida e do trabalho. O ator, diretor e roteirista fala sobre a importância de representar pessoas com deficiência e como a surdez é uma deficiência invisível.

**PERCEBIA QUE A SURDEZ É UMA DEFICIÊNCIA INVISÍVEL**

Depois de 12 anos, Pedro Nessilho relembra sua experiência de viver com surdez e como isso mudou sua percepção da vida e do trabalho. O ator, diretor e roteirista fala sobre a importância de representar pessoas com deficiência e como a surdez é uma deficiência invisível.

**O GLOBO** | sexta-feira, 20 de dezembro de 2023 | Edição: 100 páginas | R\$ 1,50

**PLAY** *Por André Luis Santiago*

**“Bom, bom, bom”**

Depois de 12 anos, Pedro Nessilho relembra sua experiência de viver com surdez e como isso mudou sua percepção da vida e do trabalho. O ator, diretor e roteirista fala sobre a importância de representar pessoas com deficiência e como a surdez é uma deficiência invisível.

**Vem da Broadway**

Depois de 12 anos, Pedro Nessilho relembra sua experiência de viver com surdez e como isso mudou sua percepção da vida e do trabalho. O ator, diretor e roteirista fala sobre a importância de representar pessoas com deficiência e como a surdez é uma deficiência invisível.

**Passado**

Depois de 12 anos, Pedro Nessilho relembra sua experiência de viver com surdez e como isso mudou sua percepção da vida e do trabalho. O ator, diretor e roteirista fala sobre a importância de representar pessoas com deficiência e como a surdez é uma deficiência invisível.

**Literatura**

Depois de 12 anos, Pedro Nessilho relembra sua experiência de viver com surdez e como isso mudou sua percepção da vida e do trabalho. O ator, diretor e roteirista fala sobre a importância de representar pessoas com deficiência e como a surdez é uma deficiência invisível.

**CURADORA CONTESTA ARGUMENTO QUE MOTIVOU SUSPENSÃO DE MOSTRA**

**O TRABALHO SER TRATADO COMO ANTI-LIBRA OU ANTI-DANABARES NÃO REPRESENTA A REALIDADE DE SYLVIA HERRICK** *EXPOSIÇÃO NA CASA DE BRASÍLIA FOI DESMONTADA*

Depois de 12 anos, Pedro Nessilho relembra sua experiência de viver com surdez e como isso mudou sua percepção da vida e do trabalho. O ator, diretor e roteirista fala sobre a importância de representar pessoas com deficiência e como a surdez é uma deficiência invisível.





## RIO SHOW

The iconic Rio Show magazine publishes its weekly editions every Thursday,

consistently delivering the finest in gastronomy, cinema, theater, exhibitions, shows, concerts, events, and activities for children.

It unfolds within Rio de Janeiro and comes alive through the pages of Rio Show.



# EDITORIALS

O GLOBO **BRASILEIRÃO**



# NA 1ª



# A 12ª

**PALMEIRAS CONFIRMA TAÇA EM RODADA COM BRIGA EMOCIONANTE PARA NÃO CAIR. VASCO ESCAPA, E SANTOS É REBAIXADO**

**C** O Palmeiras confirmou a conquista da Taça de Bronze do Brasileirão em uma partida emocionante contra o Flamengo. O time de Muricy Ramalho venceu por 1 a 0, garantindo o título. Já o Vasco da Gama conseguiu escapar da rebaixação para a Série B, enquanto o Santos foi rebaixado para a Série C.

**Sports**  
Coverage of soccer, the Olympics, and all sports of interest to Brazilian readers.

O GLOBO **BRASILEIRÃO**

**Saúde**



# COZINHA SEGURA

## Sete regras de ouro para evitar a contaminação dos alimentos

**H**igienizar a cozinha é fundamental para evitar a contaminação dos alimentos. O Ministério da Saúde recomenda sete regras de ouro para garantir a segurança alimentar:

1. Lavar as mãos com água e sabão antes e depois de manusear alimentos.
2. Lavar bem os alimentos antes de consumi-los.
3. Usar água tratada para beber e cozinhar.
4. Cozinhar os alimentos a uma temperatura adequada.
5. Não usar a mesma tábua para cortar carne e vegetais.
6. Guardar os alimentos em recipientes adequados e na temperatura correta.
7. Não deixar alimentos cozidos à temperatura ambiente por muito tempo.

**Health**  
Highlighting current and pertinent societal issues, with a focus on enhancing both physical and emotional well-being and overall quality of life.

O GLOBO **BRASILEIRÃO**

**Rio**



# ATAQUE CRIMINOSO

## Em resposta a ação policial, milícia queima 35 ônibus e espalha terror pela Zona Oeste

**E**stima-se que mais de 35 ônibus foram queimados em uma ação criminosa realizada por uma milícia na Zona Oeste do Rio de Janeiro. O ataque ocorreu em resposta a uma operação policial que visava desmantelar o grupo. O fogo destruiu os veículos e espalhou o terror entre os moradores da região.

**Rio**  
Providing an in-depth exploration of the city of Rio, encompassing its cultural events, including the iconic Carnival celebration.

O GLOBO **BRASILEIRÃO**

**Política**

# NÃO FOI 'DOMINGO NO PARQUE'

## STF começa a julgar golpistas e Moraes defende pena de 17 anos a réu; Nunes Marques diverge



**N**o Supremo Tribunal Federal (STF), o julgamento dos golpistas envolvidos no golpe de 2016 começou. O ministro Luiz Fux abriu o julgamento, afirmando que não se trata de um "domingo no parque". O ministro Alexandre de Moraes defendeu uma pena de 17 anos para o réu, enquanto o ministro Nunes Marques divergiu, defendendo uma pena menor.

**Politics**  
Delivering unparalleled coverage of the political landscape and power dynamics in Brazil.

# EDITORIALS



**Classifieds Section**  
Offers hub – real estate, cars, services, jobs, etc. With the credibility and visibility of O Globo.



**Auto Sport**  
Industry news, price list, classifieds and services for those who love cars or are interested in purchasing one.



**Segundo Caderno**  
A platform for contemplation across diverse artistic realms, featuring exclusive interviews and critiques.

# EDITORIALS



## Rio Show

A comprehensive programming guide for those seeking to enjoy Rio de Janeiro seven days a week.



## Ela

Interviews, reports, fashion and beauty, for tasty reading on Sundays.

# SPECIAL EDITORIALS

**O GLOBO** ESPECIAL **BOA CHANCE**

GREAT PLACE TO WORK



**AS MELHORES EMPRESAS PARA TRABALHAR NO RIO**

**GREAT PLACE TO WORK 2023:** Saiba quais são as 75 companhias mais bem avaliadas por seus funcionários

**U**ma pesquisa realizada pelo Great Place to Work (GPTW) em 2023 avaliou as melhores empresas para se trabalhar no Rio de Janeiro. O estudo considerou fatores como a satisfação dos funcionários, a cultura organizacional e a diversidade. As empresas foram classificadas em sete níveis, sendo que as melhores estão no nível 100. A lista inclui grandes corporações e pequenas empresas de diversos setores.

Nível	Empresas
100	América Móvil, Itaú Unibanco, Braskem, Bradesco, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco de Fomento Econômico, Banco de Investimentos, Banco de Negócios, Banco de Valores, Banco de Câmbio, Banco de Crédito, Banco de Desenvolvimento, Banco de Comércio, Banco de Serviços, Banco de Turismo, Banco de Transporte, Banco de Energia, Banco de Meio Ambiente, Banco de Saúde, Banco de Educação, Banco de Cultura, Banco de Esportes, Banco de Lazer, Banco de Turismo, Banco de Transporte, Banco de Energia, Banco de Meio Ambiente, Banco de Saúde, Banco de Educação, Banco de Cultura, Banco de Esportes, Banco de Lazer.
90	América Móvil, Itaú Unibanco, Braskem, Bradesco, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco de Fomento Econômico, Banco de Investimentos, Banco de Negócios, Banco de Valores, Banco de Câmbio, Banco de Crédito, Banco de Desenvolvimento, Banco de Comércio, Banco de Serviços, Banco de Turismo, Banco de Transporte, Banco de Energia, Banco de Meio Ambiente, Banco de Saúde, Banco de Educação, Banco de Cultura, Banco de Esportes, Banco de Lazer.
80	América Móvil, Itaú Unibanco, Braskem, Bradesco, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco de Fomento Econômico, Banco de Investimentos, Banco de Negócios, Banco de Valores, Banco de Câmbio, Banco de Crédito, Banco de Desenvolvimento, Banco de Comércio, Banco de Serviços, Banco de Turismo, Banco de Transporte, Banco de Energia, Banco de Meio Ambiente, Banco de Saúde, Banco de Educação, Banco de Cultura, Banco de Esportes, Banco de Lazer.
70	América Móvil, Itaú Unibanco, Braskem, Bradesco, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco de Fomento Econômico, Banco de Investimentos, Banco de Negócios, Banco de Valores, Banco de Câmbio, Banco de Crédito, Banco de Desenvolvimento, Banco de Comércio, Banco de Serviços, Banco de Turismo, Banco de Transporte, Banco de Energia, Banco de Meio Ambiente, Banco de Saúde, Banco de Educação, Banco de Cultura, Banco de Esportes, Banco de Lazer.
60	América Móvil, Itaú Unibanco, Braskem, Bradesco, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco de Fomento Econômico, Banco de Investimentos, Banco de Negócios, Banco de Valores, Banco de Câmbio, Banco de Crédito, Banco de Desenvolvimento, Banco de Comércio, Banco de Serviços, Banco de Turismo, Banco de Transporte, Banco de Energia, Banco de Meio Ambiente, Banco de Saúde, Banco de Educação, Banco de Cultura, Banco de Esportes, Banco de Lazer.
50	América Móvil, Itaú Unibanco, Braskem, Bradesco, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco de Fomento Econômico, Banco de Investimentos, Banco de Negócios, Banco de Valores, Banco de Câmbio, Banco de Crédito, Banco de Desenvolvimento, Banco de Comércio, Banco de Serviços, Banco de Turismo, Banco de Transporte, Banco de Energia, Banco de Meio Ambiente, Banco de Saúde, Banco de Educação, Banco de Cultura, Banco de Esportes, Banco de Lazer.
40	América Móvil, Itaú Unibanco, Braskem, Bradesco, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco de Fomento Econômico, Banco de Investimentos, Banco de Negócios, Banco de Valores, Banco de Câmbio, Banco de Crédito, Banco de Desenvolvimento, Banco de Comércio, Banco de Serviços, Banco de Turismo, Banco de Transporte, Banco de Energia, Banco de Meio Ambiente, Banco de Saúde, Banco de Educação, Banco de Cultura, Banco de Esportes, Banco de Lazer.
30	América Móvil, Itaú Unibanco, Braskem, Bradesco, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco de Fomento Econômico, Banco de Investimentos, Banco de Negócios, Banco de Valores, Banco de Câmbio, Banco de Crédito, Banco de Desenvolvimento, Banco de Comércio, Banco de Serviços, Banco de Turismo, Banco de Transporte, Banco de Energia, Banco de Meio Ambiente, Banco de Saúde, Banco de Educação, Banco de Cultura, Banco de Esportes, Banco de Lazer.
20	América Móvil, Itaú Unibanco, Braskem, Bradesco, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco de Fomento Econômico, Banco de Investimentos, Banco de Negócios, Banco de Valores, Banco de Câmbio, Banco de Crédito, Banco de Desenvolvimento, Banco de Comércio, Banco de Serviços, Banco de Turismo, Banco de Transporte, Banco de Energia, Banco de Meio Ambiente, Banco de Saúde, Banco de Educação, Banco de Cultura, Banco de Esportes, Banco de Lazer.
10	América Móvil, Itaú Unibanco, Braskem, Bradesco, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco de Fomento Econômico, Banco de Investimentos, Banco de Negócios, Banco de Valores, Banco de Câmbio, Banco de Crédito, Banco de Desenvolvimento, Banco de Comércio, Banco de Serviços, Banco de Turismo, Banco de Transporte, Banco de Energia, Banco de Meio Ambiente, Banco de Saúde, Banco de Educação, Banco de Cultura, Banco de Esportes, Banco de Lazer.

**Boa Chance**  
 Tips, courses, classifieds and employment or franchise opportunities, all with a focus on the job market.

**O GLOBO** BOA VIAGEM



**MAR DE OPÇÕES**

Praias, passeios de barco, esportes aquáticos, agenda de eventos: edição especial de férias de verão traz atrações para curtir o Estado do Rio na estação

**Boa Viagem** Featuring itineraries and travel reports on tourist attractions both in Brazil and abroad.

# WEBSITES

Perfurações de arma branca

### Policia acredita que galerista americano tenha sido morto no sábado: principal linha de investigação é latrocínio

Tráfego das chuvas

### Casas alagadas tem bairros alagados mais de 48h após temporal: moradores estão sem luz e água

Chuvvas no RJ: Ministro diz que governo vai liberar o que for necessário

Programa **IBOVESPA** 159

## Rio Editors

Em negociação

### Governo Lula articula entrada de Mantega no Conselho da Vale

Efeito Taylor Swift

### Temporada de shows impulsiona setor de serviços em novembro, diz IBGE

No Brasil

### Apple supera a Samsung e se torna a maior fabricante global de smartphones

ibovespa 16/01/2024 - 10h04 (atraso 15min)

-1,67%

129.321 pts

Tarcísio defende que concessão com a Enel em SP não seja renovada: 'A cada chuva deixa o paulistano na mão'

Colunistas

Luiz Antonio

08 de maio de 2023

Joaquim Ferreira dos Santos

Analista de Administração - RJ

## Economy Editors

Keanu Reeves lança romance em parceria com escritor de ficção científica China Miéville

### Vilão? Comportamento de Nizam no BBB 24 é alvo de críticas: fãs internautas e pais do Vanessa Lopes: 'Manipulador' e 'articulador'

### Galerista de americano encontrado morto no RJ representado por Marina Luiz Zerbini e Maria Nepomuceno

Nobel de Literatura Annie Ernaux aderiu a boicote a instituições culturais alemãs em solidariedade à Palestina

Colunistas

Luiz Antonio

08 de maio de 2023

Joaquim Ferreira dos Santos

Analista de Administração - RJ

## Culture Editors

Autora de redação com nota máxima no Enem e bolsista fez texto inspirado em escritora feminista

### Com nota do Enem divulgada, veja quando abrem inscrições para o Sisu

Tarcísio defende que concessão com a Enel em SP não seja renovada: 'A cada chuva deixa o paulistano na mão'

Diferente do adversário, a decisão final vai ser minha, diz Nunes sobre escolha de vice

Programa **IBOVESPA** 1.525

## World Editors

Veja quatro lições tiradas da vitória de Trump nas prévias de Iowa

### EUA apreenderam mísseis iranianos em missão que terminou com Seals sumidos

### Equador retoma controle de prisões do país e solta 150 reféns de facções

Asa Hutchinson, ex-governadora de Arkansas, desiste de candidatura republicana à Presidência

Colunistas

Giuga Chacra

Comentarista sobre política internacional

## Brazil Editors

Bolsonaristas ironizam juíza que ofereceu café e casaco a preso em audiência de custódia: 'Só faltou pedir desculpas'

### Valdemar se desculpa com Bolsonaro por elogios a Lula após embate

### 'Ato falho' e 'mau gerenciamento' aliados de Bolsonaro minimizam chateio com Valdemar Costa Neto por elogios a Lula

Diferente do adversário, a decisão final vai ser minha, diz Nunes sobre escolha de vice

Colunistas

Senar

Ele me orgulha nas redes por analisar realidade e identificar personagens e suas narrativas

## Politics Editors

# WEBSITES



Health Editors



Sports Editors



Rio Show



Revista Ela

# BLOGS AND COLUMNISTS

2.8 M unique visitors



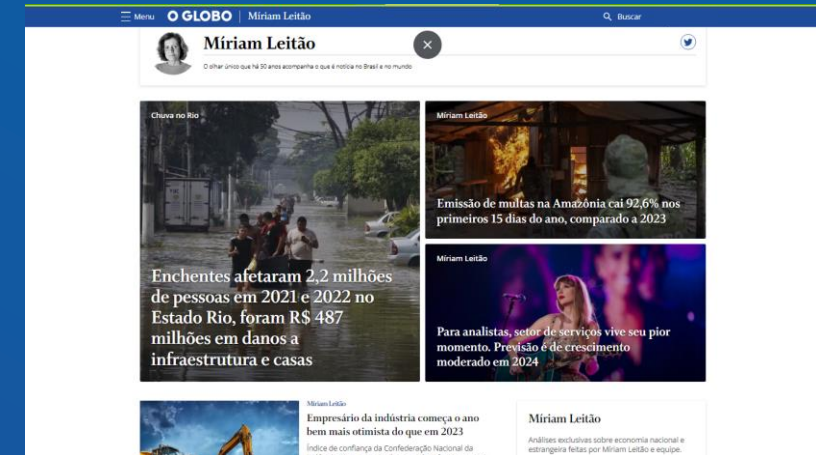
## Kogut

Delivering extensive coverage of television and streaming, featuring exclusive information, reviews, and the renowned "Note 10" and "Note 0" segments.



## Laura Jardim

The most knowledgeable journalist in the country delivers exclusive news regarding the inner workings of power.



## Miriam Leitão

Providing a unique perspective that has been tracking the latest news in Brazil and around the world for 50 years.

# BLOGS AND COLUMNISTS

2.8 M unique visitors



## Vera Magalhães

The main facts of politics, the Judiciary and the economy.



## Ancelmo.com

The blog of the renowned journalist Ancelmo Gois.



## Flavia Oliveira

Offering commentary on contemporary socio-economic topics.

# BLOGS AND COLUMNISTS

2.8 MM unique visitors



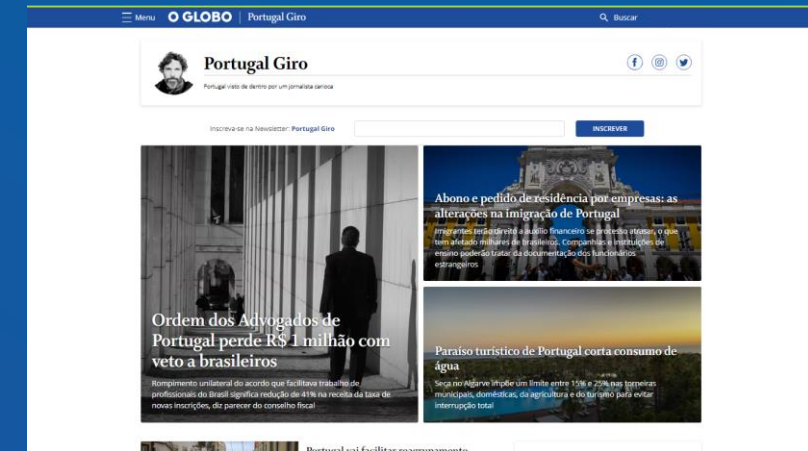
## Capital

Delivering exclusive information, analysis, and behind-the-scenes insights from the business world.



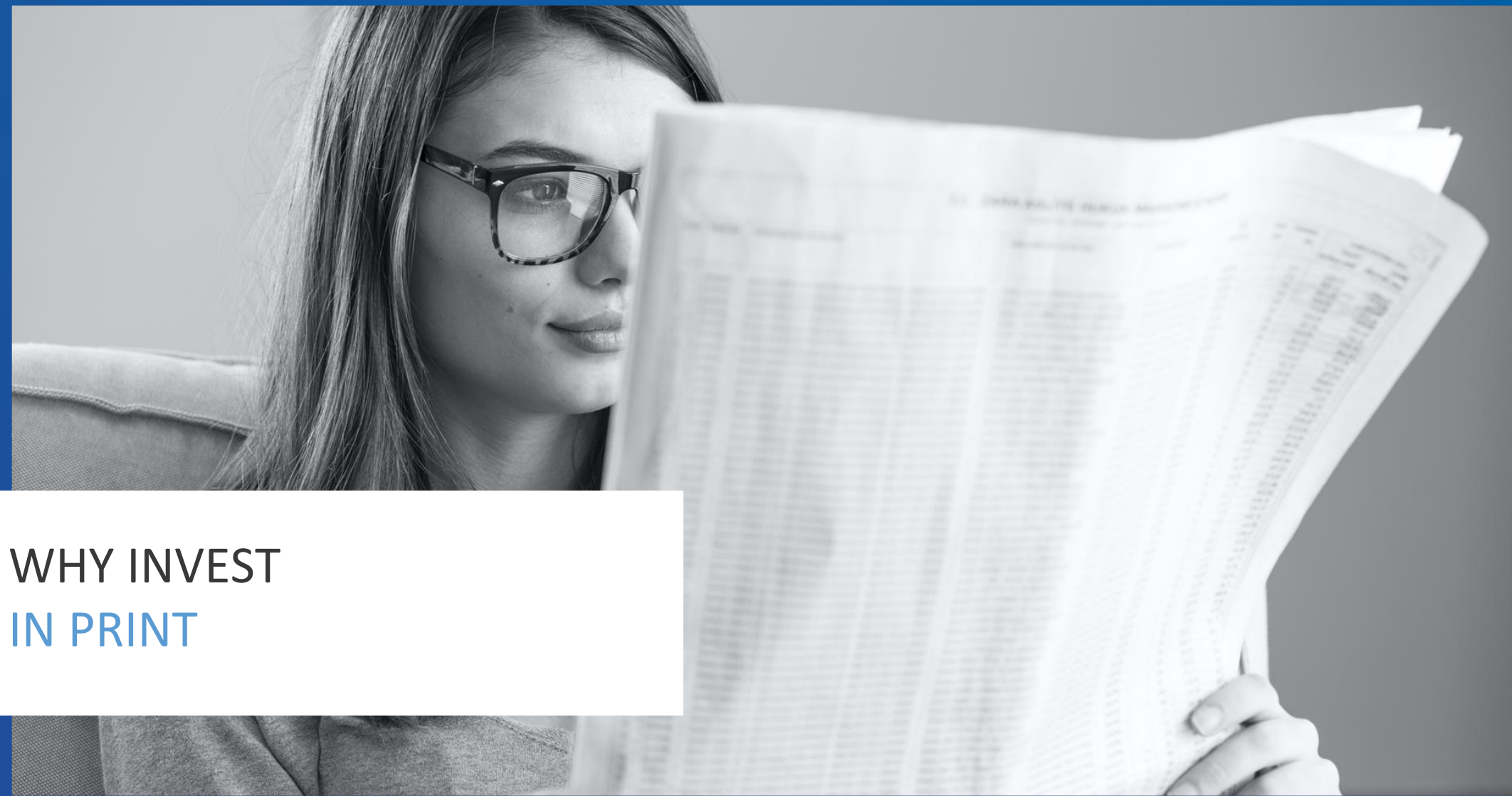
## Sensacionalista

The renowned group offers humorous and creative analysis of the news.



## Portugal Giro

Providing news and insights on opportunities in Portugal, drawn from the research and experiences of a journalist residing in Lisbon.



WHY INVEST  
IN PRINT

# WHY INVEST IN PRINT



## THE VALUE OF ATTENTION

Print advertising is more likely to be noticed than digital and receives longer attention from people. A single exposure in print media has at least 5 times more chances of being noticed than the best-performing digital advertisement.<sup>1</sup>



## ADDED CREDIBILITY

Advertising in print channels continues to be the most trusted among consumers. When making purchasing decisions, consumers rely on newspapers and magazines more than any other advertising channel, according to MarketingSherpa research.<sup>2</sup>



## GREATER MEMORIZATION

People remember print ads more than digital ads. The internet can have dozens of ads and options competing for attention. In magazines and newspapers, readers generally have fewer distractions. Neuroscientists have found that people are 70% more likely to remember your brand after seeing it in a print ad than in a digital ad.<sup>2</sup>



## BRAND CONNECTION AND ASSOCIATION

Viewing print ads involves more emotional processing, which is important for memory and brand associations. They are more likely to make a lasting impression, with higher rates of understanding and, consequently, lead to more sales.<sup>2</sup>

Source 1: <http://www.lumen-research.com/news/a-currency-of-attention>. Based on 283,357 print exposures and 77,343 viewable impressions in digital.

Source 2: <https://cmasolutions.com/blog/advantages-of-combining-print-and-digital-advertising/> <https://outreachmediagroup.com/print-advertising/>

# WHY INVEST IN PRINT



## BETTER ENGAGEMENT

Readers engage with physical content in a different way. Print ads align with the rest of the content, rather than being an interruption. They become part of the reader's experience, making them more engaged and receptive.<sup>1</sup>



## PRINT ADS LAST LONGER

Print ads last as long as the content they are displayed in remains valid. The American Marketing Association states, "Print ads are worth it in the end because of the longer lifespan of print and the greater potential for reverberations beyond the initial reader."<sup>1</sup>



## CONSUMPTION TIME

60% of regular newspaper readers are not consuming any other media while they are reading.<sup>2</sup>

Readers spend a significant amount of time on different news platforms.<sup>3</sup>

**Newspaper - 1 hour 11 minutes**

**Tablet - 55 minutes**

**Smartphone - 56 minutes**

**Desktop - 55 minutes**

Source 1: <https://cmasolutions.com/blog/advantages-of-combining-print-and-digital-advertising/> // <https://outreachmediagroup.com/print-advertising/>

MarketingSherpa Research 2016 <https://www.forbes.com/sites/rogerdooley/2015/09/16/paper-vs-digital/#66f99e8933c3>

Source 2: [www.newsworks.org.uk/resources/the-battle-for-attention](http://www.newsworks.org.uk/resources/the-battle-for-attention)

Source 3: TouchPoints 2019

# WHY INVEST IN DIGITAL



## **GREATER BRAND AWARENESS**

By including both types of advertising in your marketing campaign, you expand your channels and differentiate the ways to reach specific audiences, leading to greater brand awareness.<sup>1</sup>



## **BROADER AUDIENCE REACH**

Expanding advertising efforts offers a broader audience reach. Instead of a purely digital world, a multichannel approach benefits from the unique advantages of print and the convenience and accessibility of digital.<sup>1</sup>



## **AMPLIFIED CALLS TO ACTION**

Print ads can boost digital efforts by promoting websites, social media URLs, QR codes, and hashtags in their designs.<sup>1</sup>



## **MULTIPLATFORM**

Delivering a multiplatform message increases brand recall, message depth, and campaign ROI. The world's largest advertisers use more than 6 media platforms!<sup>2</sup>

Source 1: <https://cmasolutions.com/blog/advantages-of-combining-print-and-digital-advertising/> // <https://outreachmediagroup.com/print-advertising/>

MarketingSherpa research 2016 <https://www.forbes.com/sites/rogerdooley/2015/09/16/paper-vs-digital/#66f99e8933c3>

Source 2: The Halo Effect study - Accenture - 2018 // Source 3: The Halo Effect study - Accenture - 2018



## WHY INVEST IN PRINT + DIGITAL

### HALO EFFECT

A study on advertising return on investment conducted by Accenture identified the HALO EFFECT: multiplatform campaigns generate incremental ROI in the long term, for a period of up to 2 years after airing, and increase the ROI of digital actions.<sup>3</sup>

Source 3: The Halo Effect study - Accenture - 2018



## CAMPAIGNS THAT USE NEWS MEDIA HAVE...

**37% more chances**

to generate market share growth

**58% more chances**

to generate profit

**50% more chances**

to attract new customers to brands

**3x more chances**

to generate increased customer loyalty



## O GLOBO'S READER

**98%** regard staying  
well-informed as highly important

**90%** concur that it is worthwhile to invest more in quality  
products

**88%** always look for offers and discounts

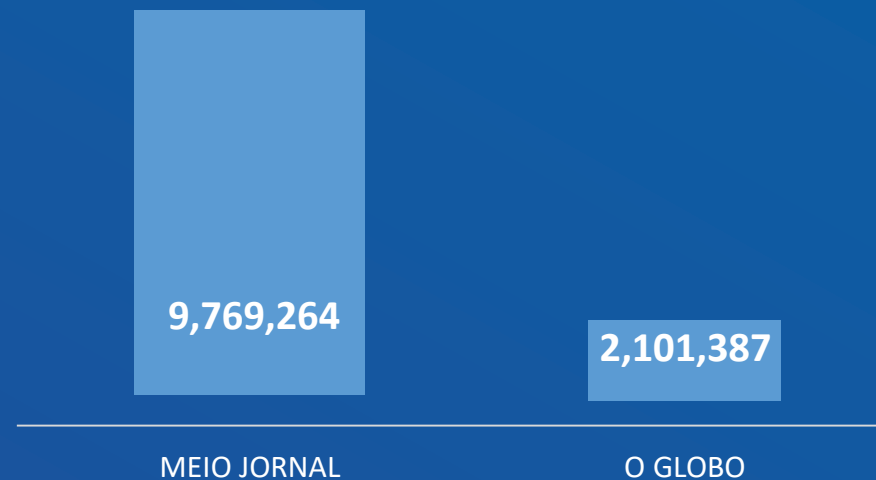
**81%** tend to become loyal to a brand they like

Each subscription is shared by 10 readers.\*

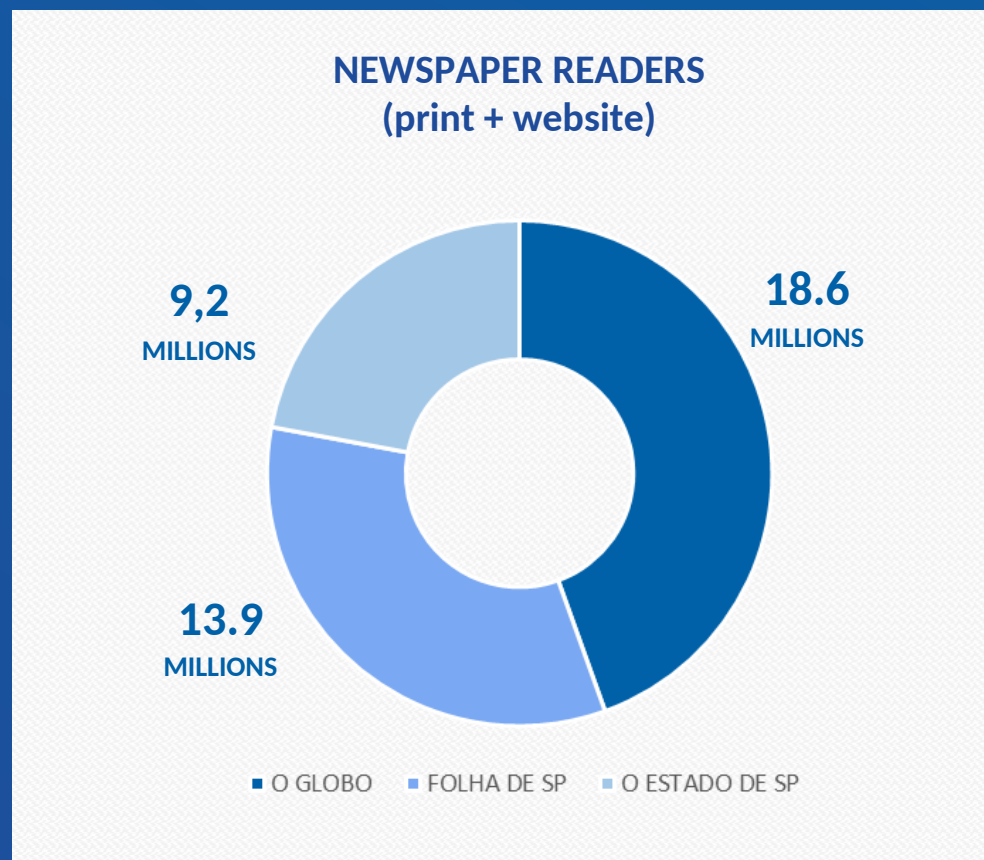


# 1 in 5 people read O GLOBO

Printed Readers + Digital Version



# O GLOBO: THE LARGEST NEWSPAPER IN THE COUNTRY

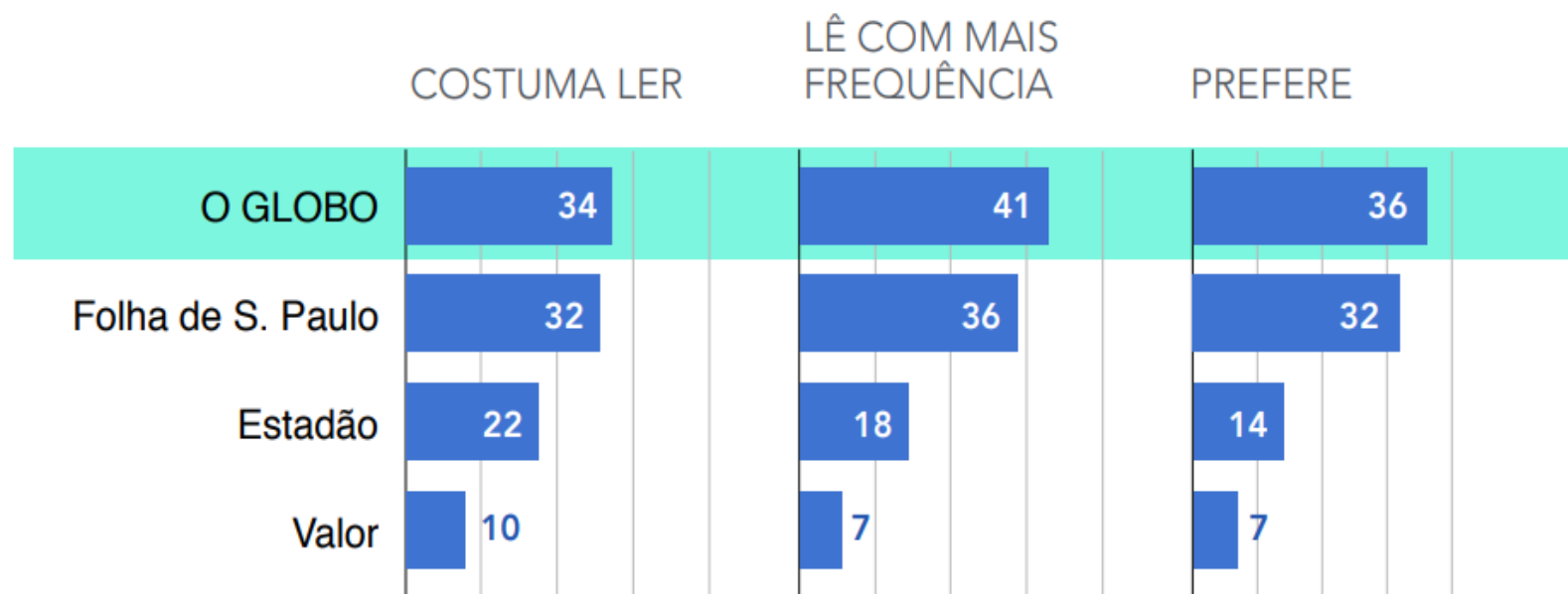


Source Kantar Ibope Media – TGI – Clickstream MP TG BR 2022 R2 - Personas | Newspaper Readers:  
Read in print last 30 days + PC & Mobile Visitor/Viewer (L4W) (no overlap)

# O GLOBO: LEADING IN READING HABITS AMONG THE MAIN NEWSPAPERS IN THE COUNTRY

## Jornais - Hábitos de leitura

BRASIL

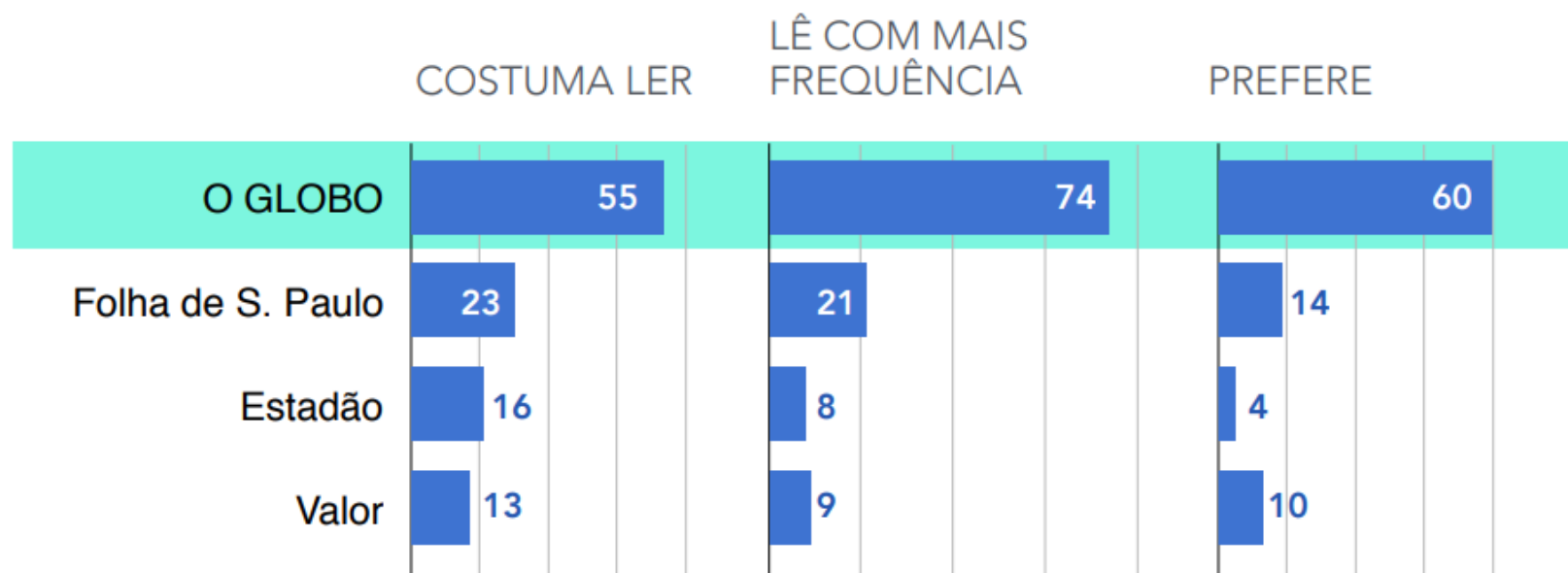


Source: Ibope research conducted exclusively for O GLOBO with respondents (Internet users +16 years old, classes A, B, and C)

# O GLOBO: LEADING IN READING HABITS AMONG THE MAIN NEWSPAPERS IN THE COUNTRY

## Jornais - Hábitos de leitura

RIO DE JANEIRO - CAPITAL



Source: Ibope research conducted exclusively for O GLOBO with respondents (Internet users +16 years old, classes A, B, and C)

# ATTRIBUTES THAT ARE MOST APPRECIATED

	O GLOBO	FOLHA	ESTADÃO
Diverse and varied news coverage	20	19	15
Support and promotion of diversity in journalistic content	19	16	10
Breaking news and exclusive stories	19	16	12
Actions that combat fake news	17	13	11
High-quality interviews and debates	16	17	11
Modern format with podcasts, videos, etc.	16	13	8
Excellent columnists	16	16	12
Detailed and extensive news coverage	15	16	13
Objective and concise news reporting	14	14	12
Actions that strengthen democracy	13	15	11

Source: Ibope research conducted exclusively for O GLOBO with respondents (Internet users +16 years old, classes A, B, and C)

# WHAT THE READER EXPECTS FROM THE NEWSPAPER

When choosing a newspaper to read, whether in print or online, readers consider the following characteristics to be important:

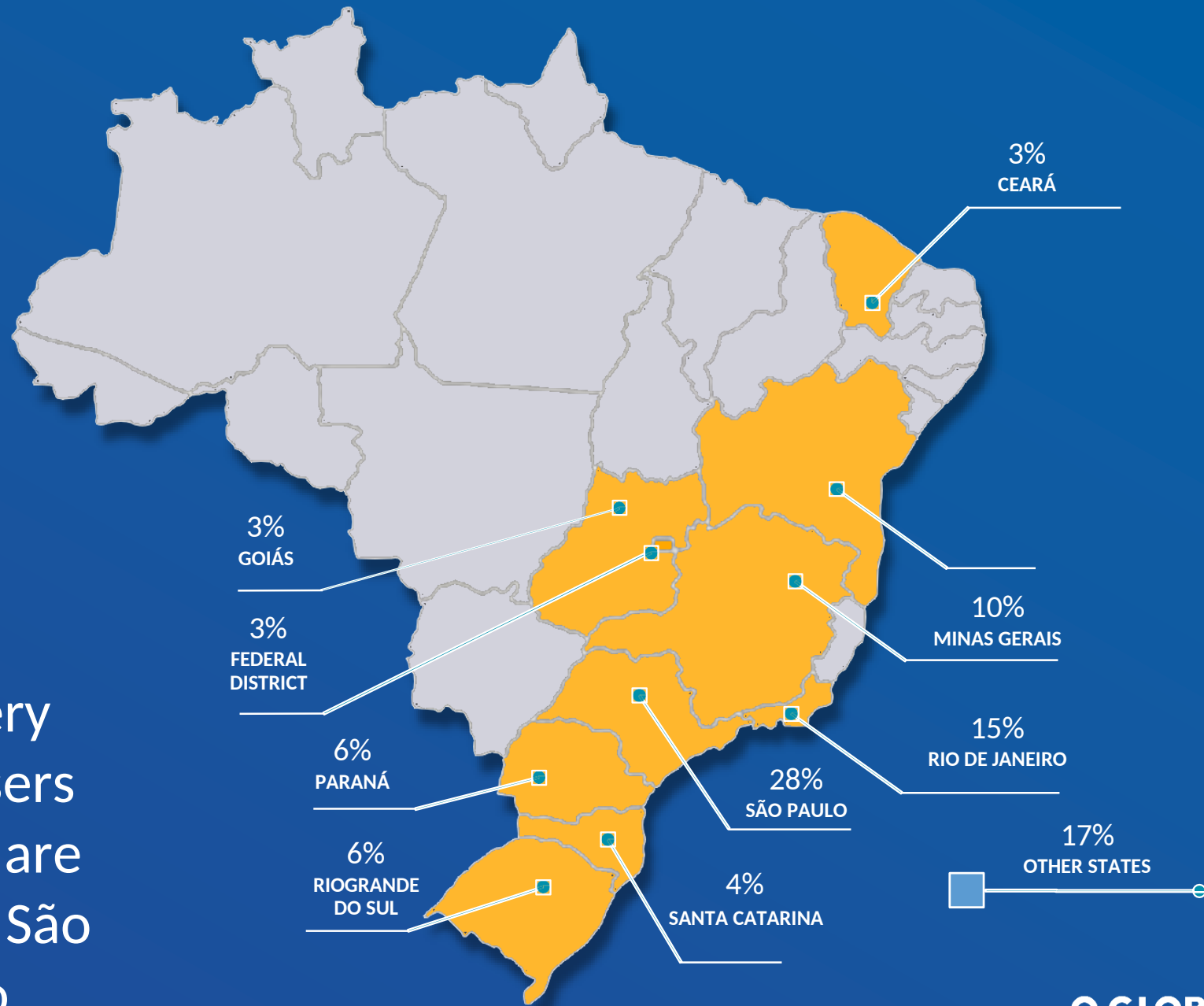
	Total
Actions that combat fake news	33%
Stimulating actions that strengthen democracy	25%
Encouraging actions that benefit the collective	24%
Supporting and promoting diversity (gender, race, sexuality, religion, etc.) in journalistic content	20%
Maintaining a moderate ideological stance	24%
Diverse and varied news coverage	31%
Providing good interviews and debates	25%
Having excellent columnists	13%
Seeking to build consensus of ideas	21%
Breaking news and exclusive stories	14%

Source: Research conducted for O GLOBO by Ibope, with respondents (Internet users +16 years old, classes A, B, and C)

# THE TOP 10 STATES WITH THE HIGHEST NUMBER OF USERS

	Unique Users
São Paulo	11,527,210
Rio de Janeiro	6,136,424
Minas Gerais	4,183,022
Paraná	2,625,093
Rio Grande do Sul	2,283,308
Bahia	1,919,315
Santa Catarina	1,596,449
Ceará	1,348,777
Goiás	1,316,414
Federal District	1,103,676
Other States	7,033,808
<b>Total</b>	<b>41,073,496</b>

3 every  
10 users  
They are  
from São  
Paulo

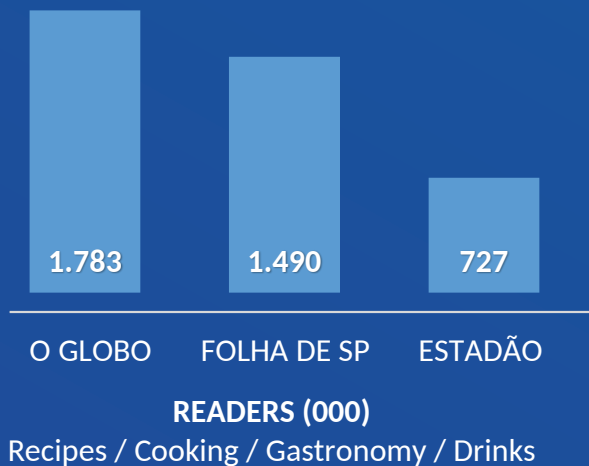


# O GLOBO: AN EXCELLENT BUSINESS OPPORTUNITY FOR VARIOUS INDUSTRY, COMMERCIAL, AND SERVICE SECTORS



## FOOD/DRINKS/RESTAURANTS

Leader in readers in reading interest of the section/subject Recipes / Cooking / Gastronomy / Drinks



25% consume wine

64% like to try new food products

80% are willing to pay more for good quality food



## PERSONAL HYGIENE

Leader in readership interest in the Beauty/Aesthetics section/subject.



78% of readers used some makeup product



### TECHNOLOGY / ELECTRONICS / HOUSEHOLD APPLIANCES

Very high affinity with the Technology section/subject: 185

- **88%** always prioritize seeking the best prices when purchasing electronic equipment
- **81%** always seek as much information as possible about electronic equipment before making a purchase
- **68%** strive to stay updated with technological advancements



### TRAVELS

Very high affinity with the Tourism/Travel section/subject: 189

- **68%** agree that a true vacation always involves a journey
- **38%** intend to travel in the next 12 months



### ECOLOGICALLY RESPONSIBLE PRODUCTS/SERVICES

Very high affinity with the Environment/Sustainability/Ecology section/subject: 194

- **95%** consider operating ethically as an important aspect for a company
- **88%** emphasize that companies should assist consumers in taking responsibility for the environment
- **83%** would be willing to pay more for a product that is environmentally friendly
- **82%** always prefer companies that are committed to combating social inequalities, that support social and cultural projects



### FINANCIAL SERVICES

**Very high** affinity with the Finance/Business/Economy section/subject: 192

And services: CBD: 150; Investment Funds/Shares: 150; Private Pension: 145

- **83%** nowadays, people tend to spend money more carefully than they did before
- **77%** are well informed before investing in a financial investment



### INSURANCE

**High** Affinity for the Insurance segment: 125 of them, life insurance; 139, home insurance and 141, car insurance



### SCHOOLS, COURSES, UNIVERSITIES

**Very high** affinity with the Academic Studies section/subject: 150

- **97%** It is important to continue learning new things throughout life
- **97%** It is very important to be well informed
- **73%** Someday they would like to start their own business

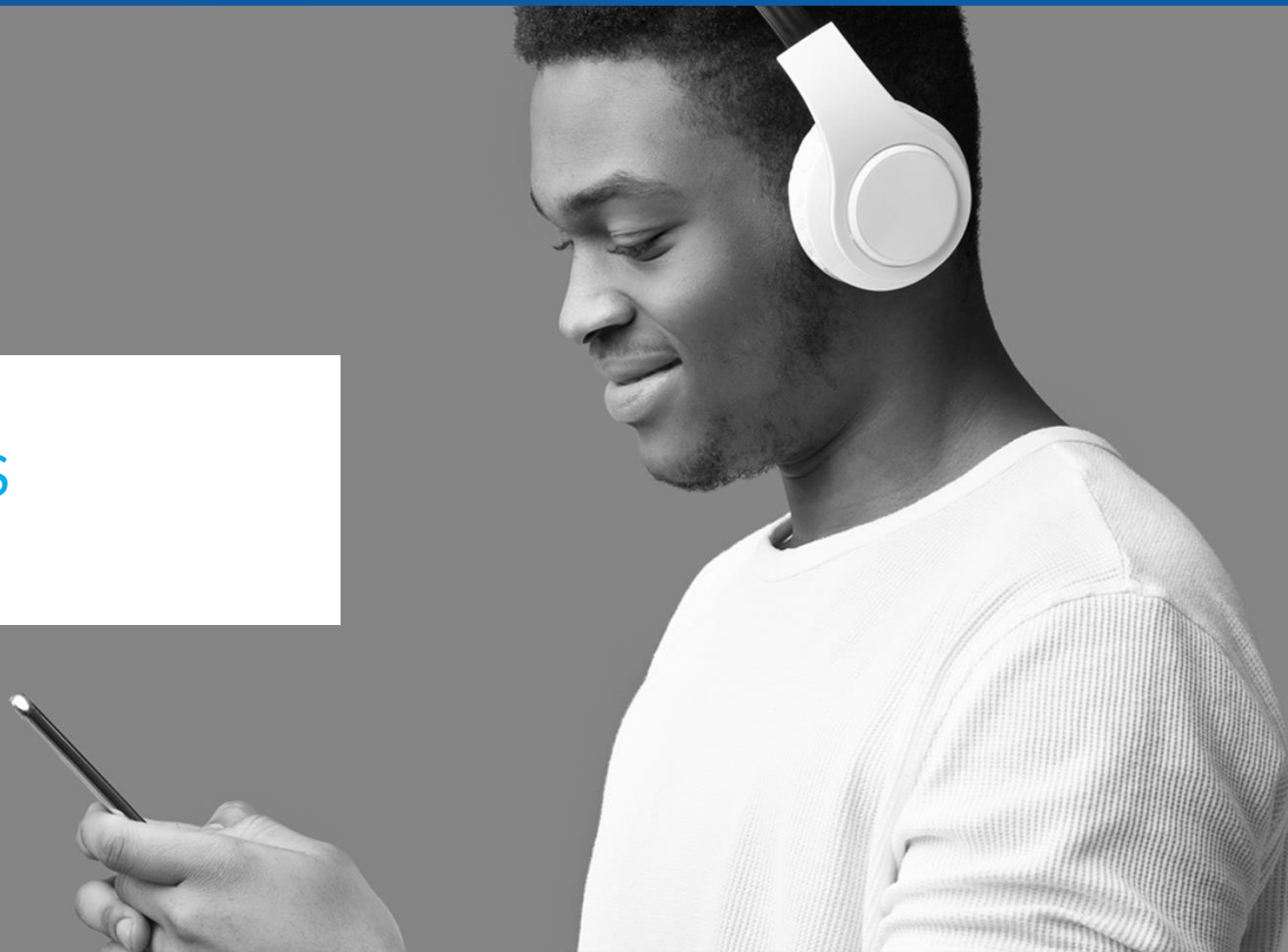


### CARS

**Very high** affinity with the Automotive section/subject: 179

- **51%** own a car

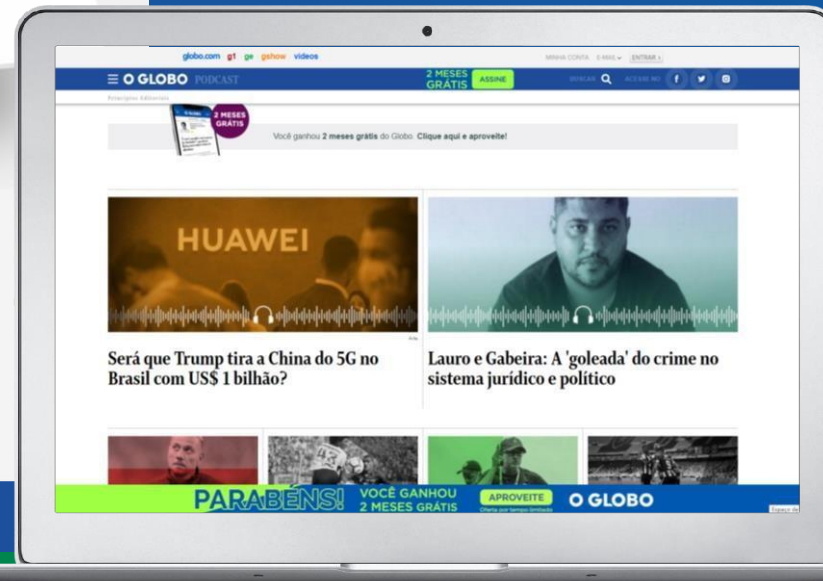
## SPECIAL FORMATS



# O GLOBO CAST

A series of podcasts with the latest news about everything happening in Brazil and around the world featuring the country's top columnists.

- Podcast "Ao Ponto"
- Specials





# PODCAST | AO PONTO



## ENGAGING AND IMPACTFUL PROGRAMMING

A daily podcast that covers the main topics in Brazil and the world, helping the listener understand the challenges of the economy and the intricacies of politics, as well as technological innovations and cultural movements.

## CASUAL AND SOPHISTICATED TONE

Two hosts + guests connected to the topic. TIMINGS: Mornings from Monday to Friday, for 20 to 30 minutes.

Check it out: [glo.bo/2v3Aq6m](https://glo.bo/2v3Aq6m)

## PODCAST | SPECIALS

Limited series with "hot" topics. Preference for long-tail subjects.

Examples include:

"Interrupting Our Programming," "Cultural Wars," "Gunslingers," among others...

Produced with interviews, music tracks, and sound effects.



# AUDIENCES



## Total Downloads

**1.737.929**

(Triton + YouTube Oct/22)



## Unique listeners

**194,563**

(Triton + YouTube Oct/22)

## Average Downloads / Views (Month)

**144.827**

(period: Oct/22)



## Audience

Up to -27 years old (**10.3%**)

28-34 years old (**23.5%**)

35-44 years old (**32.8%**)

45-59 years old (**22.6%**)

+60 years old (**10.8%**)

\* Source: Spotify



**70% Male**

**30% Female**

\* Source: Spotify





# NEWSLETTERS

Free newsletters with the top news from O GLOBO:

**Morning Daily:** Directly to your email: news, analysis, and exclusive information in the morning.

**Best of the Week:** The most intriguing articles published during the week, compiled in an email on Fridays.

**Rio Show:** Films, concerts, plays, exhibitions, children's attractions: the best of the city.

**Sonar:** Diving into social media to analyze trends, identify key figures, and shed light on the dirty political game on the internet.

Como não está visualizando corretamente esta mensagem, [clique aqui](#).

**O GLOBO**  
16.10.2020

## O MELHOR DA SEMANA


POR ANDRÉ MIRANDA  
Editor executivo

Caro leitor,

O assunto mais falado da semana foi uma cueca. Os R\$ 30 mil apreendidos pela Polícia Federal dentro da roupa íntima do senador Chico Rodrigues (DEM-RR), então vice-líder do governo no Senado, constrangeram o presidente Jair Bolsonaro. O tema foi parar no STF, que afastou o parlamentar temporariamente do cargo. Nós analisamos como o caso afeta o discurso de combate à corrupção do governo e como a decisão do Supremo foi encarada por outros senadores.

Boa leitura!


**O QUE VOCÊ PODE TER PERDIDO**



Os impactos e desdobramentos do flagra de R\$ 30 mil na cueca de senador

A apreensão de **R\$ 30 mil na cueca** do vice-líder do governo no Senado, Chico Rodrigues (DEM-RR), constrangeu o Congresso e o Palácio do Planalto. O governo agiu rápido: encobriu o senador do cargo, e o presidente Jair Bolsonaro tratou de se afastar do aliado, com quem disse antes, em tom de brincadeira, formar "união estável". No Análisis, Máti Mesozes **avalia a resposta de Bolsonaro**: "pode não ter sido suficiente", diz. Francisco Leali analisa os **desdobramentos no Senado**: a decisão do ministro Luis Roberto Barroso de afastar o senador do mandato. Miriam Leitão lança luz sobre **retrocessos no combate à corrupção**. E Merval Pereira faz **balanço da semana em Brasília**: da soubre de chefe do tráfico ao novo estandão na República.

Brasil • 15/10/2020



Como não está visualizando corretamente esta mensagem, [clique aqui](#).

**O GLOBO**  
RIO, 20 DE OUTUBRO DE 2020

FOR GABRIEL CARIELLO  
Jornalista

Olá, bom dia.

Confira as principais notícias do dia.

Boa leitura!



Alto índice de indecisos nas capitais aponta para acirramento da campanha eleitoral

A menos de um mês das eleições municipais, o número de indecisos chega a representar mais da metade dos eleitores em algumas capitais brasileiras. Ao mesmo tempo, pesquisas Diego identificam grande quantidade de pessoas afirmando que votarão em branco ou nulo. Para especialistas, os dados indicam que a disputa deve ficar acirrada nas últimas semanas de campanha.

A pesquisa espontânea constata variação do percentual de indecisos, de 23% em Rio Branco a 54% em Porto Alegre. No Rio, o índice é de 30%, e em São Paulo, 40%. Quando os entrevistados são estimulados a responder de acordo com a lista de candidatos, o percentual cai — não passa de 11% nas capitais —, o que indica potencial de mudança na opção de voto. **Veja o índice em todas as capitais.**

Em todo o país, há diferenças sobre o perfil do eleitor que ainda não definiu em quem votar. Em São Paulo, Rio, Belo Horizonte, Recife e Goiânia, o percentual de mulheres indecisas supera significativamente o de homens. No Rio, em São Paulo e Porto Alegre, a indecisão também é maior entre eleitores com menor escolaridade e renda. Nas maiores cidades das regiões Norte e Nordeste, os evangélicos se destacam.

Em foco: além do alto grau de indecisão, as pesquisas revelam o **desconhecimento dos candidatos a vice-prefeito**. No Rio, 80% não sabem quem compõem as chapas na disputa pela prefeitura.

Especial: **teste sua afinidade com os candidatos** de Rio, São Paulo e Belo Horizonte em game do GLOBO.

PUBLICIDADE



**O GLOBO**



# NEWSLETTERS

Free newsletters with the top news from O GLOBO:

**Capital:** A selection of content from the column edited by journalists Mariana Barbosa and Rennan Setti, sent every Tuesday.

**Sensacionalista:** The most impactful articles published throughout the week, sent every Wednesday.

**Rio News:** Newsletter dedicated to reports about Rio de Janeiro, sent every Tuesday.

Exclusive newsletters for subscribers:

**Afternoon Daily:** Directly to your email: news, analysis, and exclusive information in the afternoon.

**O GLOBO Club:** Information about benefits and promotions.

**Fumus Boni Iuris:** Exclusive reports and articles about the legal debate, curated by lawyer and professor Gustavo Binenbojm.

**O GLOBO**

# NEWSLETTERS | AUDIENCE

Average Newsletter	Periodicity	Sent = active subscribers in the base	Delivered	Opening remarks	Exchange rate Opening
Daily News (morning)	Daily	143.375	2.849.143	1.083.454	38%
Daily News (afternoon)	Daily	110.785	2.229.105	874.276	39,2%
News Melhora da Semana	Weekly	92.780	460.834	258.951	56,2%
<b>TOTAL:</b>		<b>346.940</b>	<b>5.539.082</b>	<b>2.216.681</b>	

Average: (period: Dez/2023)



O GLOBO  
SPECIAL PROJECTS



# Verão Rio

O GLOBO rádio (Globo

In the summer, Rio is more Rio, people are happier. The event combines beach activities, live shows, DJs, sports, entertainment, opportunities for activation and visibility, as well as the stunning sunset and iconic scenery of Ipanema Beach. Summer Rio 2024 offers everything that Rio residents and tourists need to enjoy the best of the city while responsibly resuming tourism.

O GLOBO



## THE BIGGEST PORTUGUESE WINE EVENT OUTSIDE PORTUGAL

The event brings exclusive experiences in Rio de Janeiro and São Paulo.

Visitors have the opportunity to taste Portuguese wines in an informal setting, with direct access to dozens of producers.

Additionally, participants can engage in various parallel activities, including tastings, pairings, and courses led by critics from newspapers such as O GLOBO, Valor Econômico, and Público from Portugal.



# SP GASTRO NOMIA

## WHETHER IN RJ OR SP, GASTRONOMY BRINGS US TOGETHER

In celebration of the culinary delights offered by São Paulo, SP Gastronomia returns in 2024 following a successful inaugural edition. Organized by O GLOBO and Rádio CBN, the event will once again showcase the finest cuisine from Brazil and around the world, all gathered in one place for the enjoyment of São Paulo residents.

In its inaugural edition, the event featured the participation of renowned restaurants in São Paulo and attracted over 25 thousand attendees over the course of four days, solidifying its status as one of the largest gastronomic festivals held in the capital.



# RIO GASTRO NOMIA

## BIGGEST FOOD EVENT IN BRAZIL

The 13th edition of the largest event of its kind in the country set a new attendance record in 2023. Over two weekends, 90 thousand people gathered at the Jockey Club Brasileiro.

An outdoor event catering to food enthusiasts and those seeking entertainment, featuring classes conducted by renowned chefs.

All complemented by performances and the unmissable Rio atmosphere.



# AQUARIUS

O GLOBO

Since its inaugural edition in 1972, The Aquarius Project has been bringing music to the masses. It has united a diverse range of musical genres, dispelling the myth that people don't enjoy classical music and captivating audiences.

The Aquarius project returned to São Paulo in 2023 with an edition at Ibirapuera that featured the Orquestra Experimental de Repertório and singers Fafá de Belém and Isis Testa.

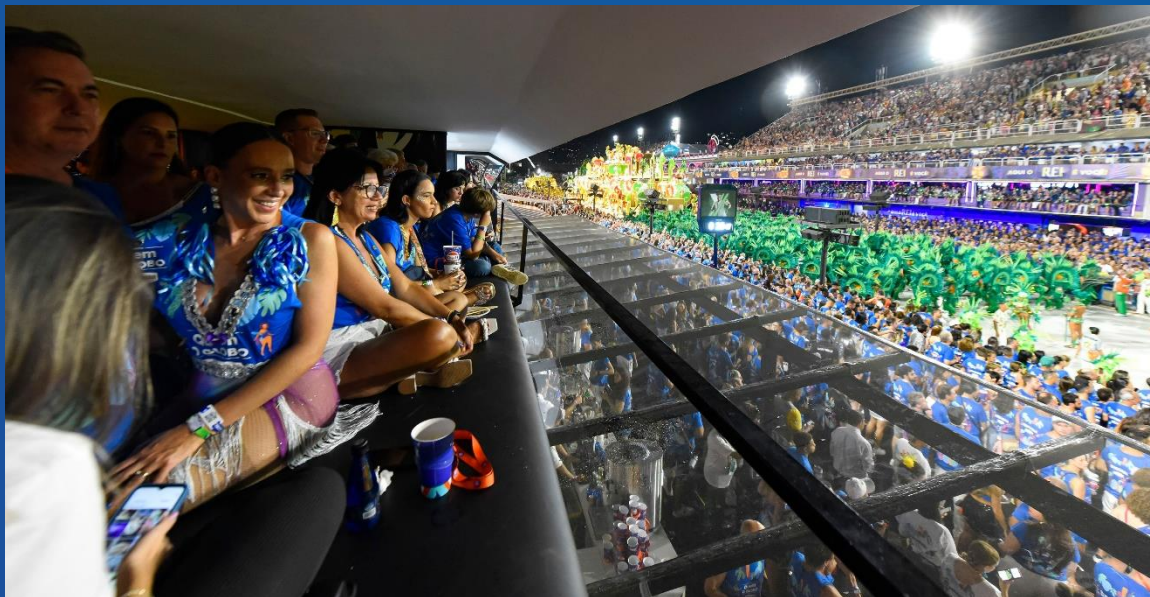
And the Rio de Janeiro edition was equally remarkable. A unique show featuring the Brazilian Symphony Orchestra paying homage to samba at Praça da Apoteose, with special guest singer Belo.



## THE MOST SIGNIFICANT REGIONAL EVENT IN THE COUNTRY

Our proposal for 2023 maintains a focus on education throughout the year, fostering discussions and debates while sharing important content, good news, successful initiatives, and opening new avenues of knowledge for students, teachers, administrators, and all those advocating for modern education and quality.

Hybrid events featuring two sessions lasting 1 hour and 30 minutes each, totaling 4 hours of engagement. We will implement a model for submitting questions, enabling active participation from the audience across all the content covered.



10 anos Camarote

# Quem O GLOBO

Camarote Quem e O Globo brings fresh updates and vibrant energy to the biggest party on the planet. Over the course of four days of celebration, we will welcome approximately a thousand guests per day with Sapucaí's most premium service. Our guests will be greeted at an exclusive meeting point for customizing abadás and receiving accreditation.

In addition to Carnival festivities, the box will also showcase exclusive shows and attractions for our guests. And all of these events will receive extensive coverage on the Quem, O Globo, and Rádio Globo brand platforms.

Quem O GLOBO



OUR ONLINE AND  
OFFLINE FORMATS

# DIFFERENTIATED FORMATS



## COVER PAGE

Page 1

Format: 29.7cm x 45cm

Note: We will feature the newspaper brand's masthead, the current date, and the phrase "ADVERTISING COVER." (published by Editora Globo).

Pages 2 and 3

Two basic pages: 29.7cm x 52cm  
or a double-page spread: 61.4cm x 52cm

Page 4

Format: : 29.7 x 52cm

Place the word "ADVERTISING" atop the centralized ad, within the 29.7 x 52.0 format.



## COVER PAGE

Mandatory use:  
promotional cover in the artwork.

O GLOBO

# DIFFERENTIATED FORMATS

## Loose-leaf cover page (loose page)

### Page 1

**Format:** : 29.7cm x 45cm

Note: We will feature the newspaper brand's masthead, the current date, and the phrase "ADVERTISING COVER."

### Page 2

Basic pages: 29.7cm x 52cm



## False cover page (connected to the main binder)

### Page 1

**Format:** 29.7cm x 45cm

Note: We will feature the newspaper brand's masthead, the current date, and the phrase "ADVERTISING COVER."

### Page 2

Basic pages: 29.7cm x 52 cm



## Belly band

**Format:** Horizontal (the newspaper's brand must be fully visible)



# DIFFERENTIATED FORMATS



## Ads editing station

Open format: 6 col. x 53 cm.  
4/1 color printing.  
Front (color) and back (pb).



## Bookmark

Open format: 9 col. x 53 cm.  
4/1 color printing.  
Front (color) and back (pb).

**O GLOBO**

# DIFFERENTIATED FORMATS



**Multipage**



**Pages 2 + 3**

Two basic pages:  
29.7cm x 52cm  
Or A double page:  
61.4cm x 52cm

# ONLINE FORMATS



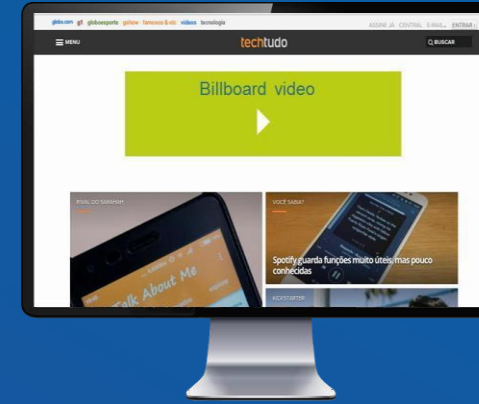
## DESKTOP



## MOBILE



# ONLINE FORMATS



## VIDEO



# Media Kit O Globo 2024

