

Nova Novela Prime Time

INFORMAÇÃO COMERCIAL 262/25
DIREÇÃO COMERCIAL | 04 AGOSTO 2025

tv*i*

SINOPSE

Quando Alice e Tomás recebem o diagnóstico de que Nico, o seu único filho, tem leucemia e necessita de um transplante de medula, veem-se assombrados por um segredo do passado: ele não sabe que é adotado.

A busca por um dador torna-se a missão central e urgente de toda a família: David, médico, casado com Amália, influencer e irmã mais velha de Alice; e os avós Vitor e Maria da Luz, pais de Alice, que mantêm um casamento de aparências. Apenas Ana, filha mais nova do casal, em viagem pela América Central, não imagina o tsunami que atingiu a vida do único sobrinho.

Os resultados negativos nos testes de compatibilidade da família, a piora no quadro de saúde de Nico e a demora por uma resposta do banco de doadores de medula, não oferecem outra hipótese: para salvar a vida de Nico é preciso encontrar os seus progenitores. Apesar de não serem um fator determinante, a verdade é que os laços de sangue aumentam as possibilidades de um dador compatível.

Além de lidar com as suas inseguranças pessoais, Tomás sabe que um pedido à justiça, para levantamento do sigilo das identidades dos pais biológicos, pode demorar meses e recorre ao pai, Afonso, juiz reformado, com quem mantém uma relação difícil, mas que, na altura, facilitou o processo de adoção. Entre recursos legais e outros atalhos menos formais, surge a informação de que o pai de Nico trabalhava como mecânico na Auto Mota, uma conhecida oficina de automóveis no Montijo, cujo dono é Nelson.



PERFIL DE TRANSMISSÃO

Estreia Prevista: Último trimestre 2025
Segunda a Sexta
Prime Time

SINOPSE

Lá, Alice descobre que há dois mecânicos que preenchem os requisitos para ser o pai biológico de Nico: ter idade entre os 25-35 anos, e trabalhar na oficina há mais de 8, o que coincidiria com a idade do miúdo. Um dos candidatos é o encantador e carismático Cris, que mantém um namoro com Sara, a filha do chefe. O segundo candidato é o estiloso e simpático Bruno, melhor amigo de Cris, solteiro, e conhecido pelo historial de andar em festas em busca de muita diversão e... algum aconchego.

A notícia de que pode ser pai de um miúdo doente, cai como uma bomba na vida de Cris e da sua família. A mãe, São, parece empolgada com a possibilidade de ter um neto, enquanto o pai, Domingos, a desencoraja e acredita que independentemente do resultado dos testes de ADN: "pai é quem cria". Quem apoia Cris incondicionalmente é o seu irmão mais novo, André, tipo tímido e estudioso que está a tirar o curso de Direito, mas foge toda vez que é "intimado" a falar sobre a sua vida amorosa. Por que razão será?!

Depois de uma espera angustiante, os testes comprovam que Cris é pai de Nico e dador de medula compatível. A notícia é recebida com emoção por Alice, pela possibilidade de cura do filho, mas também com receio por Tomás pelas possíveis consequências da descoberta do verdadeiro pai de Nico. Também Cris enfrenta um misto de sentimentos, entre o choque de saber que é pai, quando sequer imaginava ter engravidado alguém, e a alegria de poder salvar a vida do filho inesperado.

A conexão entre pai e filho é imediata, unidos também por uma paixão comum: o mundo automobilístico. Isso desperta ainda mais a insegurança de Tomás e os ciúmes de Sara, a namorada de Cris. Mas o destino reserva outra surpresa: Alice e Cris desenvolvem uma grande afinidade, apaixonam-se e, depois de muito resistirem, envolvem-se.

O drama adensa-se quando Amália, irmã de Alice que sempre invejou a sua felicidade, investe em roubar-lhe a vida e conquistar Tomás, apoiando-o na luta pela guarda de Nico. Será bem-sucedida? Conseguirão Alice e Cris viver esse intenso amor? O que farão Tomás e Sara ao saberem que os dois estão juntos? Quem será a mãe biológica de Nico e qual o seu paradeiro? Quem, afinal, garantirá a guarda da criança? E quem tem direito, legal e moral, sobre ela? Os pais biológicos ou os adotivos? Em meio a tantas dúvidas, uma certeza: a moldura de "família perfeita" pintada por Tomás e Alice, ganhará novas tintas e contornos inesperados.

ELENCO

Fazem parte do elenco da nova aposta da TVI: Alexandra Lencastre, Ana Guimar, Diogo Amaral, Diogo Infante, Guilherme Filipe, Joana de Verona, João Jesus, José Condessa, Lucas Dutra, Mafalda Marafusta, Rodrigo Trindade, Susana Arrais, entre outros.



QUAIS OS BENEFÍCIOS EM APOSTAR NA FICÇÃO DA TVI?

De modo a **responder às necessidades de comunicação** específicas de cada anunciante, e tirando partido das **mais valias da ficção nacional**, é possível a **associação de marcas às novelas da TVI**. São muitos os benefícios em apostar em ficção.

Visibilidade para produtos e serviços através de diferentes tipos de integração com influência na decisão de compra;

Possibilidade de **passar atributos e valores de marca** de forma natural e enquadrada na narrativa;

Abordagem de temas específicos de forma **diferenciadora**;

Público fidelizado e bastante recetivo ao conteúdo;

Aumento da notoriedade das marcas através da associação direta a conteúdos e atores TVI;

Elenco composto por atores reconhecidos e com forte empatia junto do público.

PATROCÍNIO

O patrocínio do programa engloba as seguintes contrapartidas semanais:

Junto às autopromoções do programa : cartão de 5" (mínimo 40 inserções), com referência em voz off ao anunciante, com a seguinte distribuição:

	FAIXAS HORÁRIAS	08-13	13-20	20-24	24-03	03-08	TOTAL
	Nº DE INSERÇÕES	6	11	4	3	1	26

	FAIXAS HORÁRIAS	08-13	13-20	20-24	24-03	03-08	TOTAL
	Nº DE INSERÇÕES	5	7	2	0	0	14

- **Junto ao programa (no início e no fim):** cartão de 5", com referência em voz off ao anunciante (10 inserções);
- **Nos blocos do programa:** spot com duração opcional (5 inserções);

INVESTIMENTO MEDIA TOTAL: (variável de acordo com a duração do spot e número de semanas contratadas):

Nº SEMANAS	CARTÕES 5"	CARTÕES 5" + SPOTS 20"
4	61 680€	95 660€

Notas:

- Para beneficiarem de exclusividade de categoria de produto, os patrocinadores devem considerar uma sobretaxa de 20%, que só poderá ser contratada se o patrocínio não tiver já sido comprado por um concorrente;
- Para patrocínios superiores a 4 semanas, e/ou duração de spots diferentes, por favor contacte-nos.

COLOCAÇÃO DE PRODUTO

De acordo com a natureza do programa, e tendo em vista satisfazer as necessidades de comunicação dos anunciantes, temos disponíveis as seguintes oportunidades:

PRESENCAS ESPECIAIS: Considera-se uma presença especial sempre que a mesma implique uma alteração de guião. O mesmo princípio aplica-se às alterações de décor. O produto é integrado na cena de acordo com o espírito desta e a sua presença implica alterações nas falas e comportamentos das personagens, podendo influenciar a história. Estas presenças são complementadas por referências diretas ou indiretas, respeitando as limitações legais e contratuais. Cenas desta natureza podem ter lugar em estúdio ou em exterior. O tempo de duração destas presenças será definido caso a caso, sendo a exposição do produto ou marca limitada ao tempo necessário tendo em conta o contexto da ação ou da narrativa do programa, tendo uma duração mínima de 30". As presenças serão ainda partilhadas com 1 post no Instagram da TVI Novelas.

PRESENCAS MANIPULADAS COM ALTERAÇÃO DE GUIÃO: O produto ou marca é integrado no conteúdo ou programa através de situações típicas de consumo e que podem obrigar, ou não, ao seu manuseamento. Esta presença é complementada por referências diretas ou indiretas, respeitando as limitações legais e contratuais, sem influência direta na narrativa do conteúdo ou programa. Duração de 10".

PRESENCAS PASSIVAS: O produto ou marca está presente no conteúdo ou programa integrado de forma passiva. A presença passiva não implica manuseamento do produto por parte dos personagens ou apresentadores. (Ex: um sumo numa mesa, um detergente numa bancada de cozinha, uma máquina de café inserida num cenário, stockshots, etc.). Duração de 3".

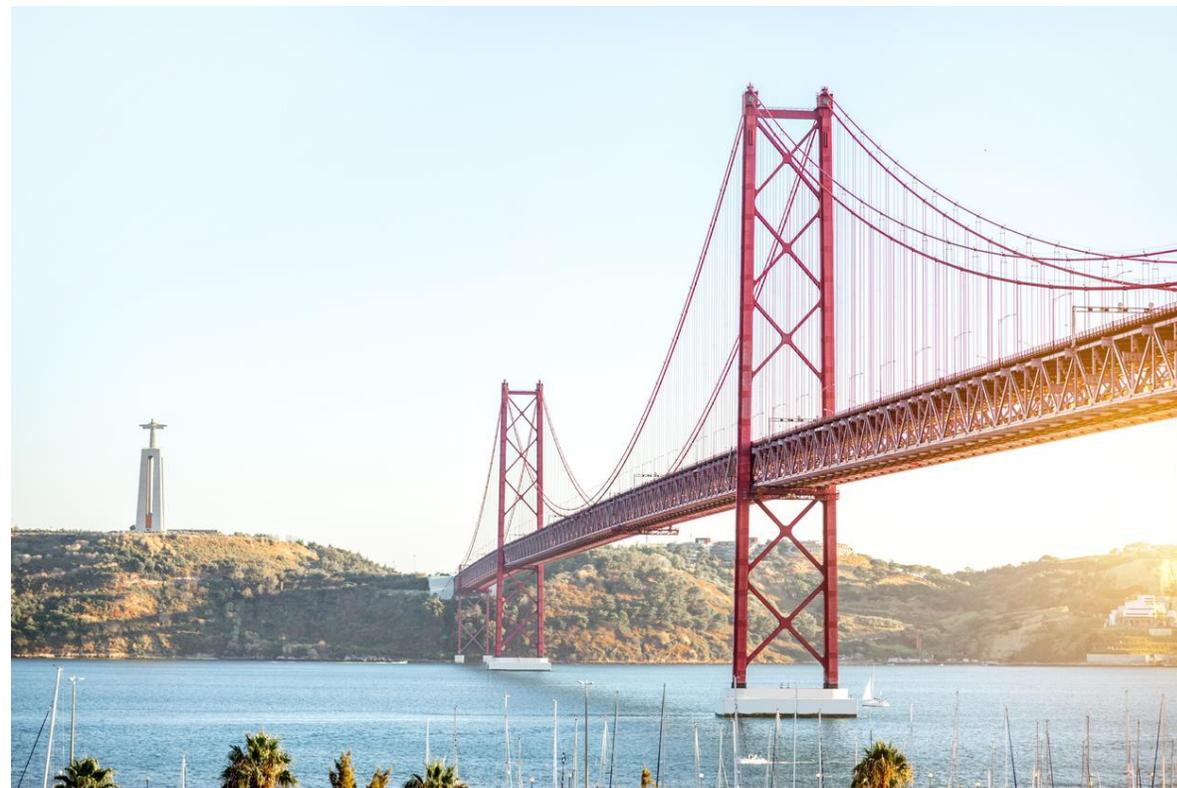
COLOCAÇÃO DE PRODUTO

PRINCIPAIS AMBIENTES

- ARREDORES DE LISBOA
- MARGEM SUL (MONTIJO)

HABITAÇÕES

- WC
- SALAS DE ESTAR/JANTAR
- COZINHAS
- QUARTOS
- ESCRITÓRIOS



COLOCAÇÃO DE PRODUTO

PRINCIPAIS AMBIENTES

APARTAMENTO TOMÁS

- SALA DE ESTAR/JANTAR
- QUARTOS

OFICINA MECÂNICA (MONTIJO)

- RECEPÇÃO
- ZONA DE CARROS

CLÍNICA MÉDICA

- RECEPÇÃO
- GABINETE MÉDICO



COLOCAÇÃO DE PRODUTO

PRINCIPAIS AMBIENTES

CASA FERRAZ (MONTIJO)

- SALA/COZINHA
- QUARTOS

ARMAZÉM / ESPAÇO DE RESTAURAÇÃO

(EXISTE UMA ZONA DE COMIDA MEXICANA)

- FOOD TRUCKS
- ZONA DE MESAS
- ESPAÇO LIVRE PARA POSSÍVEIS BANCAS/FOOD TRUCKS, EXEMPLO - CREPERIA, AÇAI, CAFÉS, GELADOS, ETC...

CONSTRUTORA

- RECEPÇÃO
- ESCRITÓRIOS VITOR E TOMÁS



COLOCAÇÃO DE PRODUTO

INVESTIMENTO (EM VALORES UNITÁRIOS):

ESPECIAIS				MANIPULADAS C/ ALT DE GUIÃO		PASSIVAS	
MEDIA TV	PRODUÇÃO TV	MEDIA DIGITAL	PRODUÇÃO DIGITAL	MEDIA TV	PRODUÇÃO TV	MEDIA TV	PRODUÇÃO TV
9 000€	3 600€	900€	900€	3 600€	2 400€	240€	300€

Notas Importantes:

- Os valores apresentados estão sujeitos a revisões regulares;
- O valor inclui apenas a intervenção direta de 2 atores e sempre que as mesmas impliquem gravações fora dos décors da novela o valor de produção deverá ser objeto de orçamento suplementar;
- Os investimentos de produção poderão sofrer alteração em consequência das especificidades de cada projeto;
- A exclusividade por categoria de produto pressupõe uma sobretaxa a negociar caso a caso (e válida apenas em termos de Colocação de Produto);
- Eventuais presenças já gravadas e não exibidas, canceladas por indicação do anunciante/agência, serão sempre faturadas pela TVI ao preço de custo que foi objeto de acordo;
- A TVI e a Plural estão disponíveis para analisar soluções de comunicação à medida dos interesses de comunicação de cada anunciante, a integração da marca será analisada caso a caso mediante briefing do anunciante.

TELEPROMOÇÕES

A escolha deste formato permite ao anunciante passar mensagens de carácter publicitário mantendo a ligação com o programa.

As telepromoções são gravadas com recurso aos décors e atores da novela e exibidas sob a forma de spot em posição preferencial do respetivo bloco.

INVESTIMENTO MEDIA (por inserção de 60''): Valor negociado do anunciante + 100% de sobretaxa

INVESTIMENTO PRODUÇÃO (por execução): 15 000€
(Este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel, assim como direitos de imagem dos atores)

VEJA [AQUI](#) ALGUNS EXEMPLOS

- Os valores apresentados estão sujeitos a revisões regulares;
- Duração de 60'' (para telepromoções com durações diferentes serão aplicados os índices de conversão em vigor);
- Os investimentos de produção poderão sofrer alterações em consequência das especificidades de cada projeto, inclui gravação num décor associado à novela;
- O guião é da responsabilidade da TVI, elaborado mediante briefing detalhado do anunciante;
- As telepromoções estão sujeitas a aprovação editorial por parte da produção do programa;
- Cada telepromoção contempla direitos de exibição para 4 semanas;
- Direitos de imagem dos atores a definir caso a caso.

DIGITAL

Mediante briefing e permitindo uma associação dos anunciantes às plataformas digitais, podem ser desenvolvidos presenças através de formatos especiais ou conteúdos personalizados.

LICENCIAMENTO

A TVI coloca à disposição do mercado o seu portfólio de marcas, elementos identificativos, caras e conteúdos, adicionando assim valor e um fator distintivo aos produtos e marcas dos nossos clientes. O licenciamento permite também um conjunto de soluções de ativação das marcas dos anunciantes nos seus pontos de venda ou nos canais de comunicação próprios.

Exemplos em: <https://www.tvimedia.pt/produtos/solucoes/licenciamento/>

OBSERVAÇÕES:

1. Condições apresentadas para valor bruto negociado;
2. Os valores apresentados não são acumuláveis com outras condições especiais;
3. Aos valores de investimento acrescem 4% de taxa de exibição e IVA à taxa legal;
4. A contratação de espaço far-se-á de acordo com as Condições Gerais de Contratação de Publicidade e Comunicação Comercial da TVI/MCD em vigor, do conhecimento da Central de Compras/Agência de Publicidade/Anunciante (ou outra que a substitua);
5. Na eventualidade da contratação ser efetuada pelo anunciante/agência sem intervenção de Central de Compras, o pagamento da campanha deverá ser efetuado antecipadamente, de acordo com Condições Gerais de Contratação de Publicidade e Comunicação Comercial da TVI/MCD;
6. A presente proposta e as condições nela contidas têm uma validade de 30 dias (calendário), findo este período não poderão ser consideradas como válidas, estando sujeitas a renegociação. No caso de proposta de colocação de produto a validade é apenas de 15 dias (calendário);
7. As presentes condições comerciais são confidenciais, destinando-se a utilização exclusiva por parte da Agência de Publicidade/Central de Compras/Anunciante responsável pela negociação e/ou pelo Anunciante objeto das condições. A sua divulgação a terceiros não poderá em quaisquer situações ser efetuada sem prévia autorização por escrito por parte da TVI / MCD;
8. Os investimentos acordados para colocação de produto, produção, licenciamento, televentas e STVA deverão ser considerados como adicionais face aos investimentos para a compra de media convencional, não sendo contabilizados para o cálculo de prémios de produção anual (rappel);
9. Os patrocinadores poderão ocupar posições preferenciais nos blocos do programa. A ocupação deste espaço será feita por ordem cronológica de receção das respetivas ordens de publicidade;
10. Nos cartões de patrocínio, para além da referência à marca, descrição do produto ou serviço e contacto, podem ainda ser aceites outras menções se for feita prova de que as mesmas se encontram registadas no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), como integradas no logótipo do patrocinador;
11. Todos os cartões de patrocínio têm que ser submetidos à apreciação prévia da TVI, com uma antecedência mínima de 3 dias úteis em relação à data de arranque da campanha;
12. A TVI poderá colaborar na produção dos cartões de patrocínio para emissão exclusiva nos seus canais, mediante orçamento caso a caso. As locuções dos cartões de patrocínio deverão ser feitas pela TVI;
13. Eventuais informações relativas a resultados de media constantes nesta proposta constituem carácter informativo e não vinculativo, por parte da TVI/MCD;
14. Salvo acordo em contrário, não existe exclusividade de categoria de produto para qualquer uma das formas de contratação, nem entre elas (nomeadamente a publicidade em ecrã fracionado, o patrocínio e a colocação de produto);
15. Relativamente às contratações de Colocação de Produto, caso sejam exibidas um número de presenças inferior ao contratado, será faturado o valor proporcional;
16. Todas as ações de Colocação de Produto referidas neste documento, foram previamente aprovadas pela Direção de Programas/Produtora. Eventuais alterações ao seu conteúdo terão de ser novamente validadas.



TEMOS TUDO A VER

CONTACTE-NOS

MORADA: Rua Mário Castelhana, 40. Queluz de Baixo,
2734-502 Barcarena

TELEFONE: + 351 214 347 527

EMAIL: comercial.externo@tvi.pt

WWW.MEDIACAPITALCOMERCIAL.PT