

IMI Insights de Mídia & Mercado

A Globo em Belém

Regionais 2025



Belém:

Tradição viva, futuro em movimento

Entre rios que contam histórias e uma cultura que se renova a cada geração, a cidade une tradição e modernidade em um só ritmo. Reconhecida por sua gastronomia única, influências indígenas e coloniais, e uma natureza que impressiona, Belém se consolida como um dos principais centros urbanos do Norte do país. Hoje, destaca-se não apenas como polo comercial e cultural, mas também como um mercado em expansão, com crescente potencial de consumo e novas oportunidades que impulsionam o desenvolvimento regional e sustentável da Amazônia.



Belém:

A cidade dos mares e encantos

Do que vive Belém?

- **Comércio:** setor vibrante com destaque para moda, artesanato, produtos e gastronomia local.
- **Turismo:** impulsionado por atrações naturais, rios, floresta e experiências de ecoturismo.
- **Indústria:** forte presença nos segmentos de alimentos, bebidas e mineração.
- **Serviços:** setor consolidado em saúde, educação, turismo e negócios.
- **Cultura:** intensa produção artística, festivais, música e manifestações tradicionais.
- **Logística:** importante hub de conexão e distribuição para toda a região Norte.
- **Atração crescente de investimentos nacionais e internacionais.** Integração entre economia criativa e desenvolvimento sustentável. Protagonismo na nova agenda da Amazônia que une inovação, cultura e preservação.

Particularidades da região:

Beleza natural

Patrimônio histórico

Projetos de sustentabilidade e conservação ambiental

Tradições culturais e gastronômicas únicas

Economia em crescimento

Importante polo de logística e comércio

População: **8,1 milhões** de residentes no estado do Pará e **1,3 milhão** em BelémPopulação ocupada **36,4%**Salário médio mensal dos trabalhadores formais **3,6 salários mínimos****96,1%** Taxa de escolarização (6-14 anos)

Conexão com os belenenses

conhecer e mapear o que une e o que difere cada um dos brasileiros é ter sintonia com a realidade local.



Globo presente na vida do Belenense, em todas as telas



O conteúdo Globo se conecta com os recifenses **a qualquer hora em qualquer lugar em suas diversas plataformas, refletindo a realidade local.**



A força da **tradição**

65% do tempo gasto pelo público de Belém na tv aberta de jan a set foi na TV Globo

Os nortistas são **conectados**

A **Globo lidera em Visitas** entre os Portais no Nordeste, ocupando o quarto lugar entre os maiores players do mercado digital.

Conectando com quem decide **Canais Pagos**

45% de todo o tempo gasto na TV paga são nos canais pagos Globo.



O ecossistema multiplataforma da Globo,
é o maior palco para conversar com o público

7 em 10 belenenses
consumiram algum conteúdo Globo

Alcance no período

Entre as plataformas Globo



Líder
em Belém

90%

**dos belenenses
assistiram à Tv Globo
em 2025 (jan-set)**

57%

**É a fidelidade do público
belenense com os
conteúdos na TV Globo**

**O tempo que o belenense passa, em
média, por dia vendo TV Globo**

3h31min



167 mil

telespectadores
em media por minuto

De janeiro a setembro, a TV Globo
alcançou em Belém

3,8 milhões

de pessoas

295 mil

telespectadores
alcançados por dia

Audiência

110% maior

do que a soma
das quatro emissoras
concorrentes da TV aberta

E alcançamos 
25%

dos belenense no período com os canais pagos Globo

Líder
em Belém

1,1 mm
alcançados
em 3 meses

1h28min

tempo médio gasto com
os canais pagos da Globo



os canais pagos Globo lideram

5 dos 10 canais

de maior audiência da TV paga
entre os belenenses



E eles estão no topo do ranking!



1. **Sportv**
2. Emissora 2
3. **Premiere Clubes**
4. **Megapix**
5. Emissora 5
6. Emissora 6
7. Emissora 7
8. **Multishow**
9. Emissora 9
10. **GNT**

5 em cada 10
internautas acessaram
os produtos digitais da Globo,
em média, por mês na região Norte.

+104
milhões

de **Views**, em média,
por mês nos produtos digitais
da **Globo no Norte**

4 milhões

de Usuários Únicos
nos produtos digitais
da **Globo no Norte**.

+406
milhões

de visitas nos produtos
digitais da **Globo no**
Norte até setembro/25

Os nortistas têm interesses diversos no digital da Globo: notícias, esportes, entretenimento, etc.

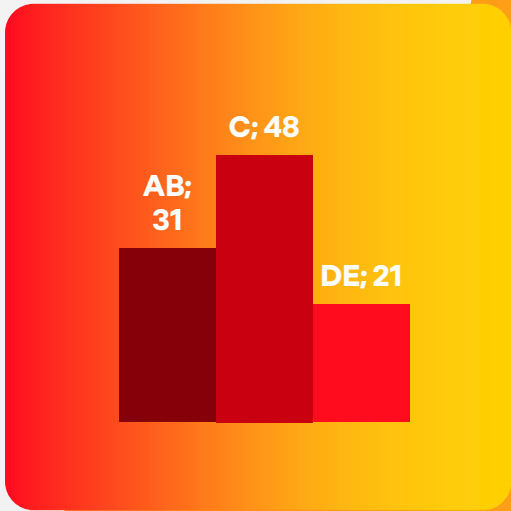
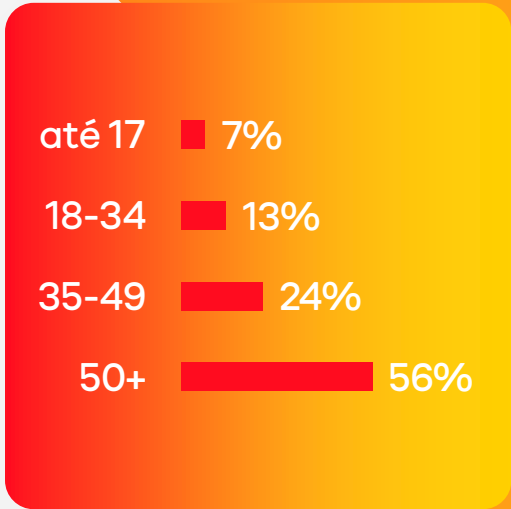


Nós sabemos falar com todos os sotaques do plim ao play!

É a oportunidade de conversar com cada perfil belenense dentro de um único ecossistema.

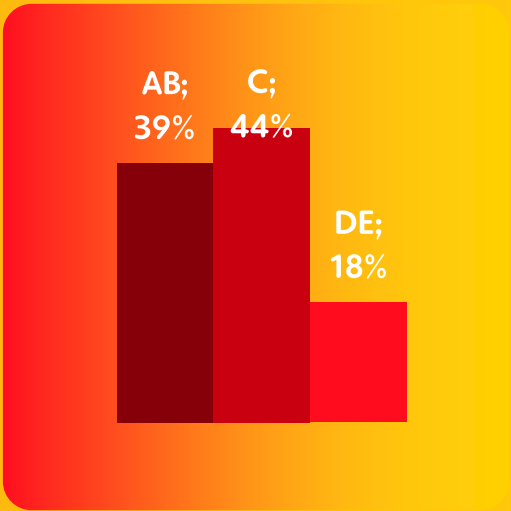
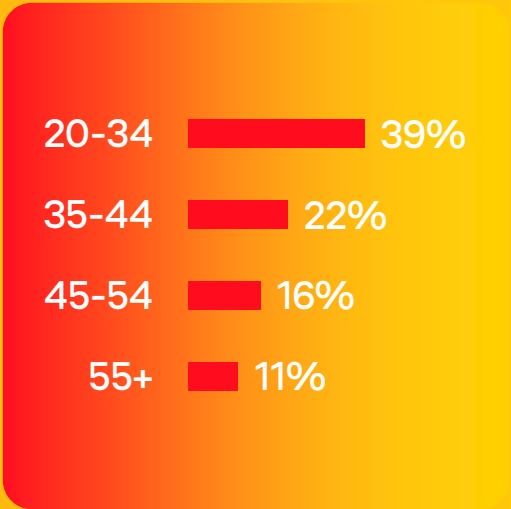
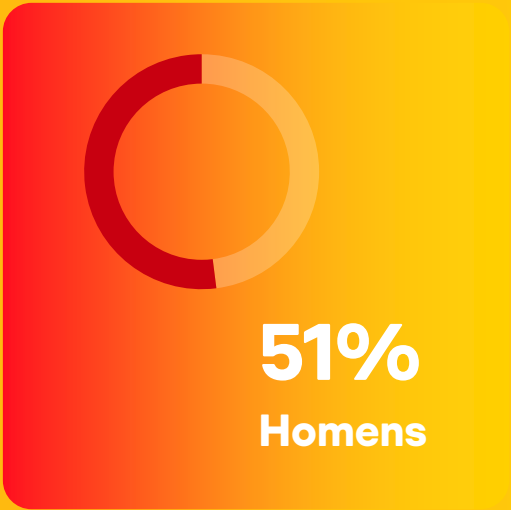


Canais pagos globo



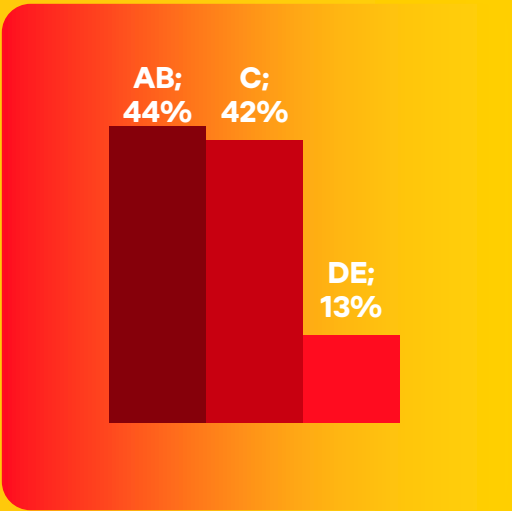
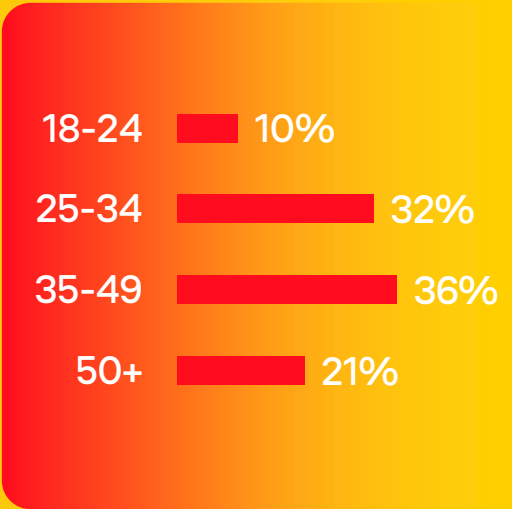
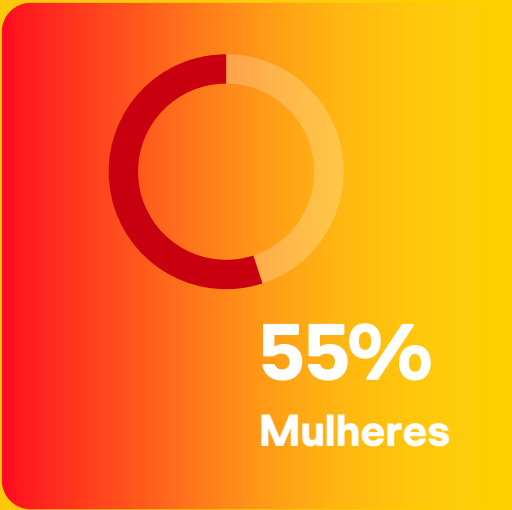
Belém

Produtos digitais globo



Norte

globoplay



Norte

Fonte: KIM - Instar Analytics - Total Ind. Globo e Ind. com pay tv – canais Globo (ADH%) – Grande Belém – Jan a Set/2025 | Google Analytics – Globoplay – perfil - Período: Mai/24 a Abr/25 | Classe social Globoplay, Canais Pagos e Digital: TG BR 2025 R1 – Sites Globo (Globo.com ou G1 ou GE ou Gshow ou Globoplay) Média Nordeste (Fortaleza, Recife, Salvador) nos últ. 7 dias; Globoplay nos últ. 7 dias; Canais Pagos Globo nos últ. 30 dias – RM Recife

e na jornada diária de consumo a Globo é referência!

o belenense no ecossistema Globo

manhã

JORNAL LIBERAL 1ª EDIÇÃO, É DO PARÁ E BRASILEIRÃO FEMININO TIVERAM A MAIOR AUDIÊNCIA NAS MANHÃS DA GLOBO

É DE CASA, BRASILEIRÃO FEMININO E BOM DIA PARÁ TIVERAM O MAIOR TEMPO DEDICADO

A GLOBO TEM 4 DOS 7 CANAIS COM A MAIOR AUDIÊNCIA DA TV PAGA NA MANHÃ NA REGIÃO NORTE

tarde

COPA DO MUNDO DE CLUBES, VALE A PENA VER DE NOVO E FUTEBOL DE DOMINGO FORAM OS DESTAQUES COM MAIOR AUDIÊNCIA

COPA DO MUNDO DE CLUBES, DOMINGÃO PARTE 2 E FUTEBOL DE DOMINGO TIVERAM O MAIOR TEMPO DEDICADO

A GLOBO TEM 5 DOS 10 CANAIS COM A MAIOR AUDIÊNCIA DA TV PAGA NA TARDE NA REGIÃO COM SPORTV LIDERANDO O RANKING.

noite

ELIMINATÓRIAS DA COPA, NOVELA 3 E FUTEBOL DE QUARTA FORAM OS MAIORES DESTAQUES NO PRIME TIME

CARNAVAL, COPA DO MUNDO DE CLUBES E ELIMINATÓRIAS DA COPA TIVERAM O MAIOR TEMPO DEDICADO

A GLOBO TEM 3 DOS 5 CANAIS COM A MAIOR AUDIÊNCIA DA TV PAGA NA REGIÃO

madrugada

BOXE MAD, SEGUE O JOGO E SHOW DOS 60 ANOS FORAM AS MAIORES AUDIÊNCIAS NESSE PERÍODO

CARNAVAL, OSCAR E SHOW DOS 60 ANOS TIVERAM O MAIOR TEMPO DEDICADO

A GLOBO TEM 6 DOS 10 CANAIS COM A MAIOR AUDIÊNCIA DA TV PAGA NA MADRUGADA

e no digital, a cauda é longa...
São 24h por dia consumindo os conteúdos Globo no Pará



**globoplay**

A região Norte é a **região com maior crescimento de usuários únicos** no Globoplay em 2025 (30%)

53% do consumo no Globoplay na região norte **vem do ao vivo**

6%**Videoviews** na região norte**13%****Horas consumidas** na região norte**30%****Usuários únicos** na região norte**42%**do público da região norte que consome do Globoplay tem **entre 18 - 34 anos**

A photograph of a middle-aged couple smiling and embracing in a garden. The man is wearing a light blue shirt and a yellow blazer, and the woman is wearing a purple dress. The background is filled with green foliage and sunlight filtering through the leaves. A large, semi-transparent orange and yellow graphic element is on the left side of the image.

a partir de um portfólio diverso,
a Globo contempla
os gêneros favoritos
da audiência

Informação, emoção e entretenimento

são territórios que conectam com as paixões do público belenense

Notícias

8 EM CADA 10 PESSOAS ASSISTIRAM AO GÊNERO DE NOTÍCIAS NA TV GLOBO EM BÉLÉM.

É O GÊNERO COM **MAIOR ALCANCE**

JORNAL NACIONAL, JORNAL LIBERAL 2ª EDIÇÃO E FANTÁSTICO SÃO OS JORNALISTICOS COM MAIOR AUDIÊNCIA NO PERÍODO

GLOBONEWS É O MAIOR CANAL DE JORNALISMO NA TV PAGA NAS MANHÃS SÃO 52% MAIS AUDIÊNCIA QUE O 2º DO GÊNERO

Dramaturgia

8 EM CADA 10 PESSOAS ASSISTIRAM À DRAMATURGIA NA TV GLOBO

É O GÊNERO COM O **2º MAIOR ALCANCE NO PERÍODO**

VALE TUDO TEM A MAIOR AUDIÊNCIA DE UMA NOVELA DAS 9 DESDE TERRA E PAIXÃO

O CONSUMO DE NOVELAS NO GLOBOPLAY NA REGIÃO NORTE É ACIMA DA MÉDIA DA PLATAFORMA, REPRESENTANDO EM QUASE 1/3

Esportes

7 EM CASA 10 PESSOAS ASSISTIRAM AO GÊNERO ESPORTIVO NA TV GLOBO

MAIOR AUDIÊNCIA ENTRE O PÚBLICO 50+

BOXE, GLOBO ESPORTE E SEGUE O JOGO SÃO OS PROGRAMAS DE MAIOR AUDIÊNCIA

GÊNERO DA GLOBO COM **MAIOR AUDIÊNCIA** DA TV PAGA E O SPORTV É O CANAL LÍDER DO SEGMENTO NA REGIÃO NORTE

Realities

7 EM CADA 10 PESSOAS ASSISTIRAM AOS REALITIES NA TV GLOBO

A 2ª TEMPORADA DO ESTRELA DA CASA **SUPEROU EM 24% A AUDIÊNCIA DA TEMPORADA ANTERIOR**

CHEF DE ALTO NÍVEL TEVE MAIOR AFINIDADE ENTRE MULHERES 50+ E O **BBB25** TEVE O MAIOR **TEMPO ASSISTIDO** ENTRE MULHERES 60+

Diversão, cultura e gastronomia é na Globo

um território para cada um em Belém

Variedades

7 EM CADA 10 PESSOAS ASSISTIRAM AO GÊNERO VARIEDADES NA TV GLOBO

ENTRE OS PROGRAMAS DE VARIEDADES OS DE MAIORES AUDIÊNCIAS SÃO: DOMINGÃO PARTE 2, CALDEIRÃO E ALTAS HORAS.

3ª CATEGORIA DOS CANAIS PAGOS GLOBO QUE MAIS ALCANÇOU PESSOAS NO PERÍODO NA REGIÃO NORTE

Shows e festivais

SHOW DE 60 ANOS, TODO MUNDO NO RIO COM LADY GAGA E AMAZÔNIA LIVE FORAM OS PROGRAMAS DO GÊNERO COM MAIOR AUDIÊNCIA

COM A TRANSMISSÃO DOS MELHORES **MOMENTOS DE AMAZÔNIA LIVE 2025**, BELÉM MARCOU A MAIOR AUDIÊNCIA NO HORÁRIO ÀS QUARTAS EM 1 ANO E 6 MESES

A TARDEZINHA NO MULTISHOW FOI O SHOW DE MAIOR TEMPO DEDICADO NOS CANAIS PAGOS DO PERÍODO NO NORTE

Filmes & séries

8 EM CADA 10 PESSOAS ASSISTIRAM AOS FILMES & SÉRIES NA TV GLOBO

ESPIADINHA GLOBOPLAY, CINEMA ESPECIAL E TELA QUENTE SÃO AS SESSÕES DE FILMES COM A MAIOR AUDIÊNCIA

MULHERES 50+ TEM **MAIOR AFINIDADE COM AS SÉRIES**

FILMES E SÉRIES SÃO A 2ª CATEGORIA DOS CANAIS PAGOS GLOBO QUE MAIS **ALCANÇAM PESSOAS EM MÉDIA POR EXIBIÇÃO**

An aerial photograph of a coastal city, likely Salvador, Brazil, during sunset. The image shows a dense urban landscape with a large, historic church with a red-tiled roof and white facade in the foreground. To the right, a waterfront market with numerous white and blue awnings is visible. The city extends to the water's edge, with many boats docked. The sky is a mix of orange, yellow, and blue. A semi-transparent geometric shape, a triangle with a gradient from red to yellow, is overlaid on the right side of the image.

orgulho de pertencer ao seu lugar

Respeitando a **brasilidade**

Orgulho de **pertencer ao seu lugar**

79%

dos nortistas dizem ter uma festa ou data comemorativa especial na região.

77%

da população sente orgulho de ser brasileira, sentimento ancorado sobretudo no próprio povo (56%), na natureza (46%) e na cultura (36%).

48%

dos brasileiros comprariam mais de marcas que representassem melhor suas culturas regionais.

Contato

O ecossistema Globo permite o contato das marcas com o público com efetividade e credibilidade



84%

valorizam ainda mais as
marcas que seguem **apoioando**
iniciativas regionais

O público valoriza a
identificação com
a realidade local



Negócios, Insights de Mídia & Mercado

