



# JOVEN HERO

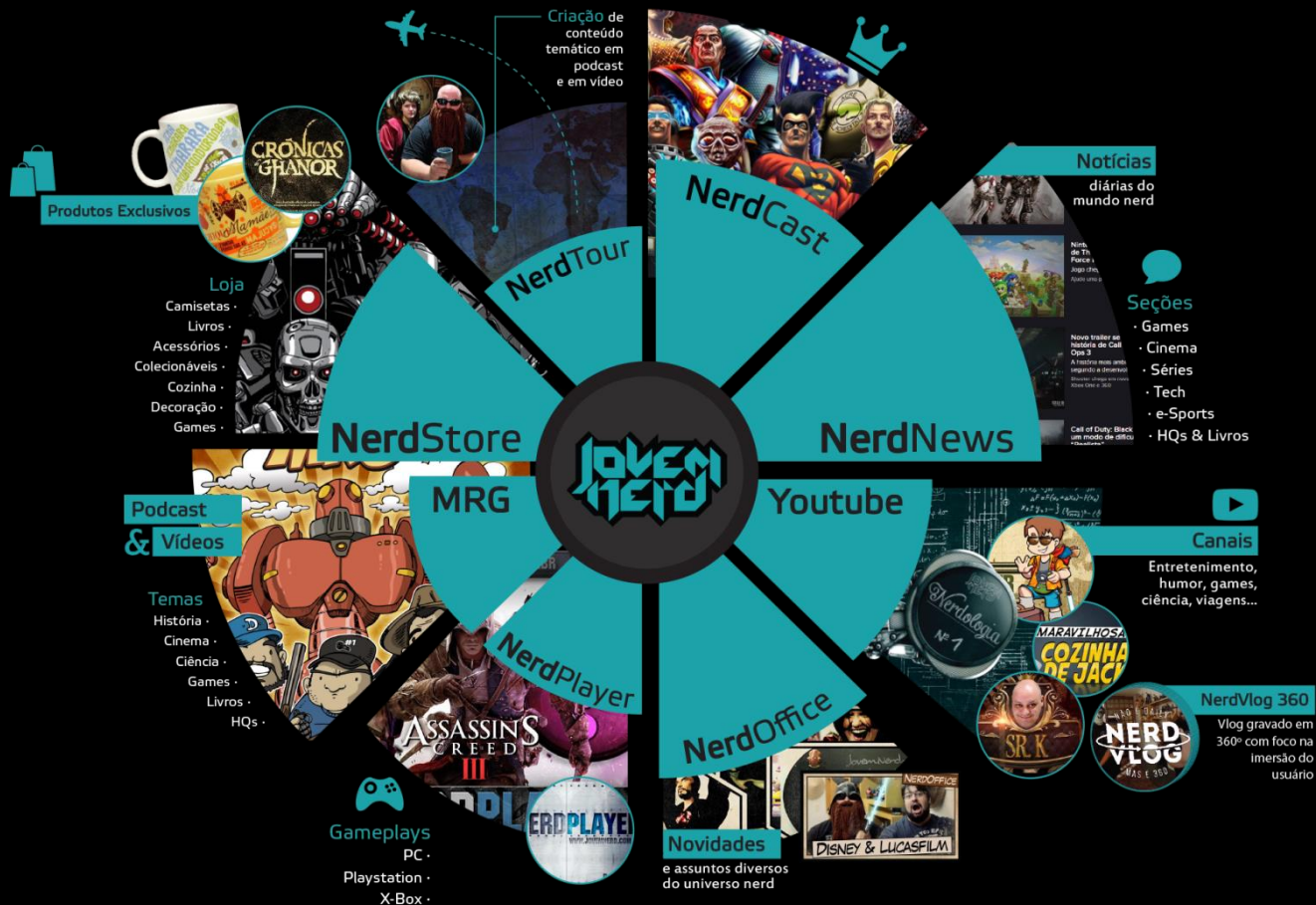
Mídia Kit

2016

# O Jovem Nerd

O Jovem Nerd é um grande ecossistema de entretenimento e de criação de conteúdo. Seu empreendedorismo e profissionalismo permitiram que o grupo se expandisse de forma inacreditável na internet brasileira.

Tudo começou como um simples blog para falar do lançamento de Star Wars Episódio II – O Ataque dos Clones, num longínquo 2002. Com o tempo, o site se tornou um grande portal de notícias e entretenimento que abriga excelentes canais de criação de conteúdo.



# NerdCast

Foi a primeira expansão do Império que começou como uma conversa de amigos sobre o mundo pela visão de um nerd e se tornou o podcast mais premiado e mais acessado da Internet Brasileira. O Nerdcast estabeleceu o padrão de qualidade que muitos sites se inspiram para criar seus próprios programas.

Programa de áudio que debate de forma bem humorada os assuntos do mundo nerd: filmes, livros, games, história, ciência e etc...

Média de **1 milhão** de downloads por semana

  
**Maior** podcast do Brasil



# Youtube

Com a expansão do Youtube, Jovem Nerd viu mais uma oportunidade e criou um canal para lançar seus novos programas de variedades e gameplays.



Sr. K  
NerdVlog  
NerdTour  
NerdOffice  
NerdPlayer

Média de **400 mil** views por vídeo

Hoje o canal possui mais de **1,5 milhão** de assinantes



**Diversos canais** de criação de conteúdo

# NerdNews

O canal de notícias foi elevado à enésima potência e se tornou um verdadeiro portal de informações que cobre todas as novidades do mundo nerd/pop com direito a um canal do **Youtube** dedicado a publicar as notícias quentinhas do entretenimento nosso de cada dia.

**You**Tube

O canal já fez **press junkets** (entrevista para divulgação de um filme/série) com os atores de Sense 8, Homem Formiga e Narcos

Média de views por matéria no Youtube

15 mil

Média de views no site por mês

120 mil

Halo 5 está pronto

Jogo foi desenvolvido por mais de três anos e logo será lançado este mês no Xbox One

Seções

- Games
- Cinema
- e-Sports
- Séries
- HQs e Livros
- Tech

**Notícias diárias**  
do universo nerd

# NerdStore

Criada em 2007 por demanda dos fãs, a Nerdstore se tornou um dos mais confiáveis e-commerces do segmento, vendendo livros, camisetas, canecas de marca própria e uma diversidade de produtos licenciados.



Produtos exclusivos e importados

## Loja

- Camisetas ·
- Livros ·
- Acessórios ·
- Colecionáveis ·
- Cozinha ·
- Decoração ·
- Games ·

Possui o selo **ouro** pelo E-Bit



A loja do Jovem Nerd



# Eventos

Devido ao sucesso entre os fãs, Jovem Nerd e Azaghal sempre são chamados para palestras e eventos especiais a ponto de mesclar a história do site com a de eventos específicos, como a Campus Party.



A presença dos dois é sucesso garantido para o evento

O público faz questão de comparecer para prestigiar



Participação nos **maiores eventos** de cultura nerd

# Nerdtour

A expansão não para nem em momento de férias. A equipe Jovem Nerd criou o Nerdtour para sugerir ao público os lugares para viajar com excelentes dicas de como aproveitar ao máximo uma viagem de um jeito nerd. Sucesso garantido a ponto de fazer o público mudar os planos de viagem.



Depois da **Nerdtour Nova Zelândia**, uma pesquisa revelou um aumento de **25%** de turistas brasileiros no país em relação ao ano anterior.

Criação de conteúdo temático em podcast e em vídeo



**Explorando** a cultura nerd ao redor do mundo



# Dados do Jovem Nerd

Com um ecossistema desse tamanho, é melhor colocar os números de novo pra você entender a opulência do Jovem Nerd

Pageviews/mês	Média de views/episódio
12,5 milhões	400 mil
Visitas/mês	Facebook
6,6 milhões	815 mil
Downloads Nerdcast	Twitter
1 milhão por episódio	1 milhão
Assinantes Youtube	Instagram (Alotoni + Azaghal)
1,6 milhão	421 mil

# Perfil dos usuários

## Faixa etária

- Até 17 anos: 12,63%
- 18 a 25 anos: 57,75%
- 26 a 35 anos: 27,13%
- 36 a 50 anos: 02,38%

## Classe social

- A2: 15,38%
- B1: 25,00%
- B2: 31,13%
- C: 23,13%

## Ocupação

- Estuda: 30,63%
- Trabalha: 27,5%
- Ambos: 37,75%

## Localização

- Sudeste: 57,46%
- Sul: 21,38%
- Nordeste: 11,64%
- Centro-oeste: 6,74%
- Norte: 2,78%

## Escolaridade

- 2º GRAU: 22,88%
- Superior: 65,51%

# Hábito dos visitantes

## Local de acesso

- Casa: 34%
- Trabalho: 15%
- Escola/faculdade: 11%

## Frequência de acesso

- Várias vezes ao dia: 52,25%
- Uma vez ao dia: 18,63%

## Relação com nicho

47,88% dos leitores afirmam ter comprado algo por indicação do site/podcast.

## Fontes de informação

Internet: 87,03%  
Jornais: 3,75%  
Tv: 4,63%



# Formatos de mídia

## Testemunhais

### PODCAST

NerdCast

Testemunhal e Temático + Testemunhal

### VIDEOCAST

NerdOffice

NerdPlayer

SR.K

NerdVlog 360°

Apoio, Product Placement, Testemunhal, Temático + Testemunhal

Temático + Testemunhal

### MÍDIAS SOCIAIS

Twitter

Facebook

Instagram

facebook.com/jovemnerd

@jovemnerd  
@azaghal

@alottoni  
@azaghal

### EDITORIAL

NerdNews

Breaking NerdNews

Publieditorial

Apoio ou temático

### BANNERS

Superbanner

Halfpage

Retângulo médio

Anúncio na descrição do App

Masthead

Inserção durante podcast (app)

## Mídia display

### DESTAQUES

Background

Intervenção

DHTML

# NerdCast



Média de downloads/episódio  
**1.000.000**

## #nerdcastfacts

- O episódio com maior número de downloads foi o Especial RPG Cyberpunk I, O Grande Assalto, com mais de **4,7 milhões** de downloads
- O NerdCast possui mais de **10 anos** de existência
- No programa, foram entrevistadas personalidades como Marcelo Serpa, Paulo Coelho, Rafinha Bastos, o astronauta Marcos Pontes, entre outros
- Já anunciaram no Nerdcast lojas, bancos, empresas de tecnologia, cursos, cartões de crédito, games, livros, aplicativos, campanhas de utilidade pública, canais de TV, filmes, medicamentos... E muito mais
- Foi laureado com o Prêmio Youpox 2012 como Podcast Hors Concours

## Formatos



### Testemunhal

Testemunhal de dois minutos com comentários e descrições do produto, veiculado na leitura de e-mails

Exemplo: Dell Inspiron

Aparece em: 32min 12s

**Link do programa:**  
<http://bit.ly/1HuN4sz>



### Temático + Testemunhal

Spot de dois minutos contextualizado com tema sugerido pelo cliente

Exemplo: Zoom

Tema : Do Escambo ao E-Commerce

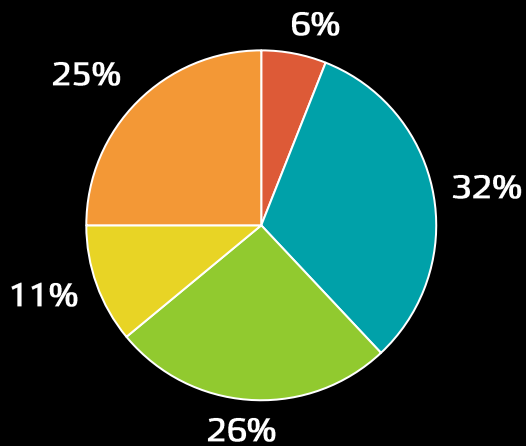
Aparece em: 01min 50s

**Link do programa:**  
<http://bit.ly/1Hkx1P>

\* A ABPod (Associação Brasileira de Podcasters) convencionou que cada download equivale a uma média de 3 ouvintes por download.

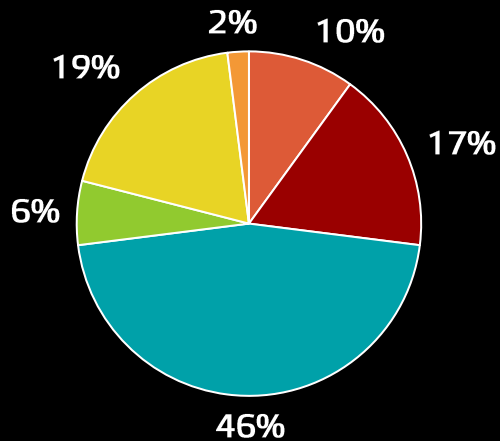
# Dados NerdCast

## Com que frequência você ouve o NerdCast?



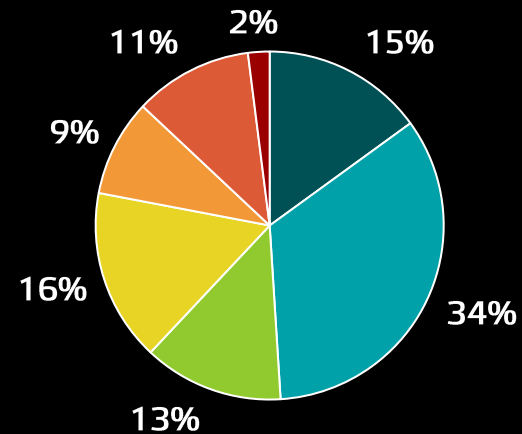
- Algumas vezes por mês
- Algumas vezes por semana
- Mais de uma vez por dia
- Uma vez por dia
- Uma vez por semana

## O que você usa para ouvir NerdCast?



- iTunes
- PC
- Smartphone
- MP3 Player
- Site
- Tablet

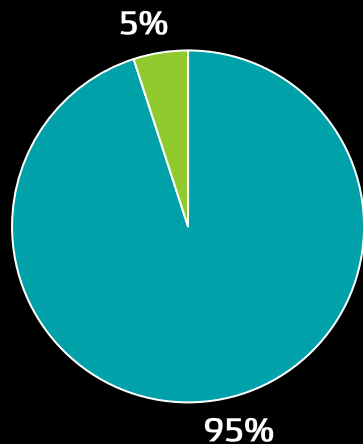
## Onde você ouve o NerdCast?



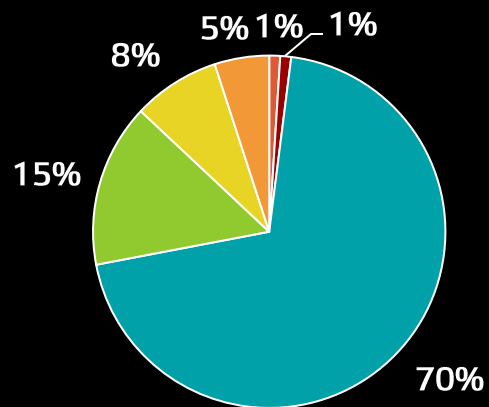
- Trabalho
- Casa
- Carro
- Ônibus
- Trem/metrô
- Escola/faculdade
- Outros

# Dados NerdCast

## Como você ouve o NerdCast?



## Qual a sua atração favorita?



■ Sozinho ■ acompanhado

■ MRG ■ MRG Show ■ Nerdcast  
■ Nerdoffice ■ Nerdplayer ■ Nerdtour

# NerdOffice



Média de views/episódio  
**400.000**

## #nerdofficefacts

- Os principais acontecimentos da semana são comentados no NerdOffice
- Os bastidores de seu trabalho são mostrados de maneira bem-humorada
- Eles entrevistaram personalidades como Sérgio Mallandro e Paulo César Peréio
- Conta com mais de **1,6 milhão** inscrições no YouTube

## Formatos

### Apoio

Logo do anunciante na vinheta de encerramento do vídeo.



Exemplo: DELL

Link: <https://youtu.be/3SHjOByxjCM?t=35m56s>

### Product Placement

Produto posicionado dentro do cenário do programa.



Exemplo: DELL

Link: <https://youtu.be/3SHjOByxjCM?t=6m40s>

### Testemunhal

Testemunhal de até 2' no programa sobre o produto do anunciante.



Exemplo: Coca-Cola Share a Coke

Link: <https://youtu.be/Gv1T0wJK298?t=14m33s>

### Temático + Testemunhal

Spot+ conteúdo que contextualiza o anunciante e pode ou não ocupar todo o episódio.



Exemplo: Galápagos com tema Star Wars

Link: <https://youtu.be/7h31IBdeFHU?t=2m52s>



# NerdPlayer



Média de views/episódio  
**400.000**

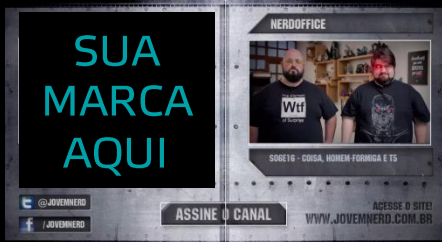
## #nerdplayerfacts

- Já estreou com a audiência alta e se tornou rapidamente um dos principais do Brasil
- A audiência é formada por fãs de Jovem Nerd e aficionados por jogos eletrônicos em geral
- O mais visto foi o NP 36 Battlefield 3 – Esquadrão Noob Rises e possui mais de **1.000.000** views

## Formatos

### Apoio

Logo do anunciante na vinheta de encerramento do vídeo.



### Product Placement

Produto posicionado dentro do cenário do programa.



Exemplo: Titanfall

Link: <https://youtu.be/xn6uD5cYw1k?t=8s>

### Testemunhal

Testemunhal de até 2' no programa sobre o produto do anunciante.



Exemplo: ENEM

Link: <https://youtu.be/YYArQ7Ka4Uc?t=45s>

### Temático + Testemunhal

Spot+ conteúdo contextualizado para o anunciante.



Exemplo: Santander com tema Futebol

Link: <https://youtu.be/IWN6GRjaeis?t=40s>

# Sr. K



Média de views/episódio  
**230.000**

## #srkfacts:

- Já estreou com a audiência alta
- A audiência é formada por fãs do Sr. K, mítico e aclamado nerdcaster.
- Já no primeiro episódio, ele entrevistou Dwayne Johnson e Vin Diesel, atores do filme *Velozes e Furiosos 7*
- Conta com mais de **1,5 milhão** de inscritos no Youtube
- O programa conta com Sr. K Visita e Sr. K Responde

## Programas

### Sr. K Visita

Sr. K vai a lugares inusitados: de Venice Beach – LA com toda a pompa e garbo até o Sambódromo para analisar a patuleia em lugares desprovidos de decência.

### Sr. K Responde

Sr. K de roupão, copo de uísque na mão e munido de seus carimbos forjados com cinismo afiado e dura realidade, responde as dúvidas dos jovens incautos.

### Sr. K Joga

O Sociólogo naturalista do populacho aconchega-se em seu sofá para uma jogatina eletrônica inocente e marota.



## Formatos

### Apoio

Logo do anunciante na vinheta de encerramento do vídeo.

### Product Placement

Produto posicionado dentro do cenário do programa.

### Testemunhal

Testemunhal de até 2' no programa sobre o produto do anunciante.

### Temático + Testemunhal

Spot+ conteúdo contextualizado para o anunciante.

# NerdVlog 360



Média de views/episódio  
**150.000**

## nerdvlog 360

Os nerds criaram o programa NerdVlog no tradicional formato ao falar do dia-a-dia, mas inovaram ao utilizar a nova tecnologia da câmera 360 para captar todos os detalhes do ambiente.

Criação de conteúdo imersivo e dinâmico onde o espectador pode explorar o local em 360° durante o vídeo inteiro e se sentir dentro de cada locação visitada.

## Formatos



### Temático

Episódio Temático com testemunhal de 2 minutos contextualizado com tema sugerido pelo cliente



Exemplo: CD Projekt Red  
Com o lançamento da expansão de The Witcher 3.

# Formato Tailor Made

Se você quiser um formato com conteúdo personalizado e sob medida, os canais do Jovem Nerd também oferecem o formato *tailor made*.

Ele é veiculado como um episódio extra fora da cronologia normal dos programas e obrigatoriamente no canal do anunciante. Para isso, é necessário um briefing detalhado para o programa inteiro com a sua marca e sua mensagem.

Disponível para os programas:

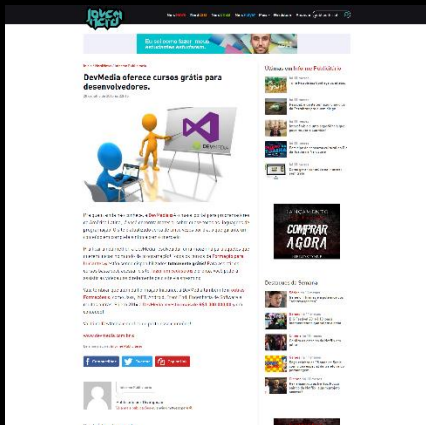


Se o tema fugir muito à proposta original do programa, o episódio poderá ser veiculado apenas no canal do cliente.

# NerdNews

Seção dedicada às novidades e notícias do mundo nerd que conta com várias editorias:

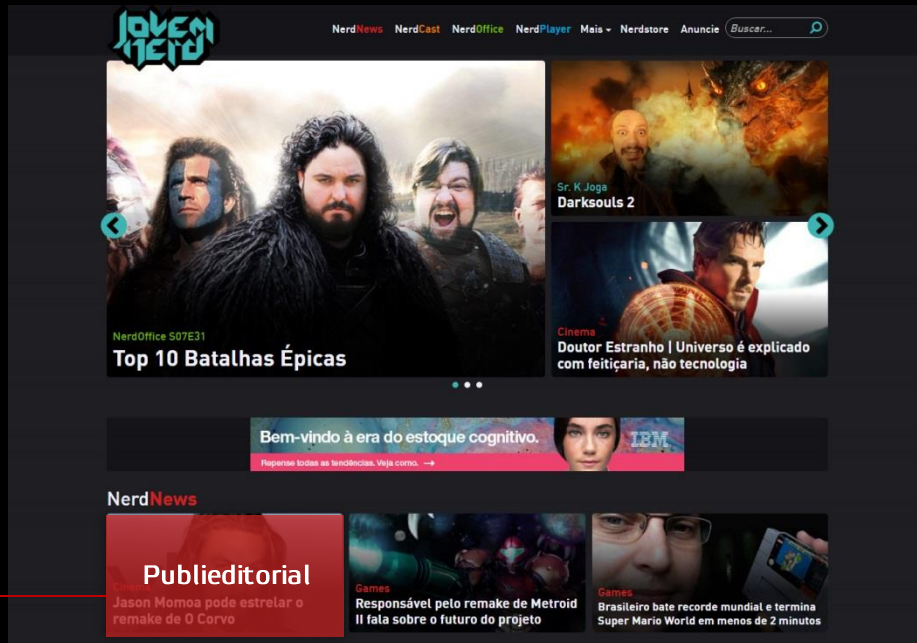
- Games
- Cinema
- Séries
- Internet
- HQ's e Livros
- Colecionáveis



**Publieditorial**  
Formato com conteúdo que  
fica em destaque durante 24 h

**Exemplo**

Link: <http://bit.ly/298wwJR>



# Breaking NerdNews



Média de views/notícia  
**45.000**

## Formatos

### Apoio

Logo do anunciante na vinheta de encerramento do vídeo.

### Product Placement

Produto posicionado dentro do cenário do programa.

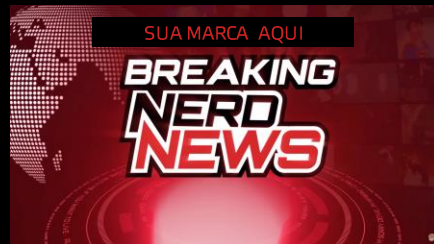
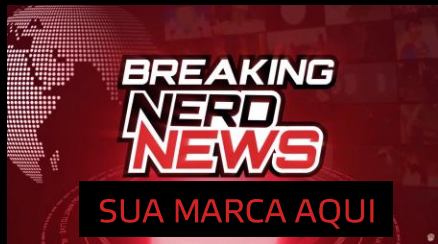
O **Breaking NerdNews** é o plantão jornalístico do Jovem Nerd para você ficar sabendo primeiro das maiores novidades sobre cinema, games, quadrinhos, TVs e Internet.

Ou seja, Breaking Nerd News é o NerdNews em vídeo.

Dentro do site, com mais de **10 milhões** de pageviews ao mês, há a coluna Jovem Nerd News que publica as novidades no mundo nerd.

### Naming Rights

Nome do anunciante no programa.



# Mídia Sociais: Fan page facebook

Formato de publicidade dedicado ao público da Fan Page do Jovem Nerd no Facebook.

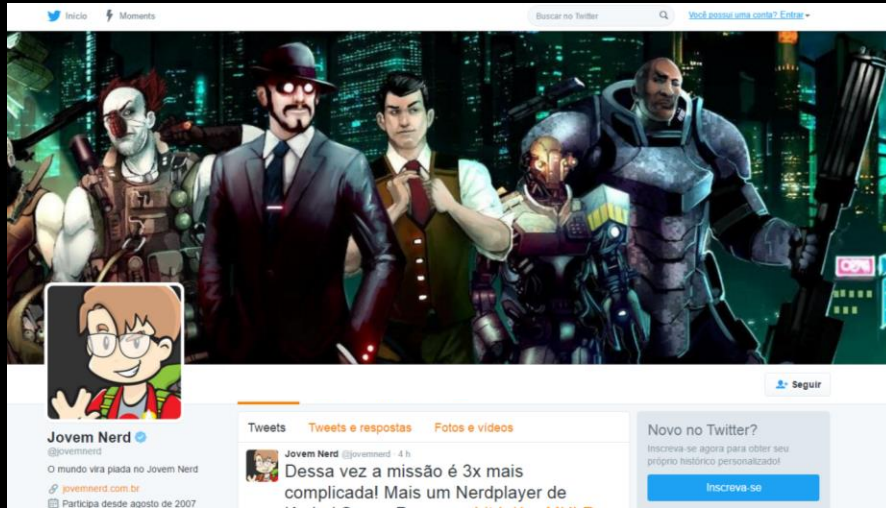


The image shows a screenshot of the Facebook interface for the 'Jovem Nerd' fan page. At the top, the Facebook logo is on the left, and the login section is on the right, featuring input fields for 'E-mail ou telefone' and 'Senha', a 'Entrar' button, and a checkbox for 'Mantenha-me conectado' with a link for 'Esqueceu sua senha?'. The main content area is dominated by a large promotional graphic for 'Jovem Nerd' with a blue and green color scheme. A white login overlay is positioned in the center of this graphic, containing the text 'Jovem Nerd está no Facebook.' and 'Para se conectar com Jovem Nerd, cadastre-se no Facebook hoje mesmo.' Below this text are two buttons: 'Cadastre-se' (highlighted in green) and 'Entrar'. In the bottom left corner of the main graphic, there is a profile picture of a cartoon character with glasses and a red jacket, next to the text 'Jovem Nerd' with a verified badge and 'Site'. At the bottom of the page, a navigation menu includes 'Linha do Tempo', 'Sobre', 'Fotos', 'Curtidas', and 'Mais' with a dropdown arrow.

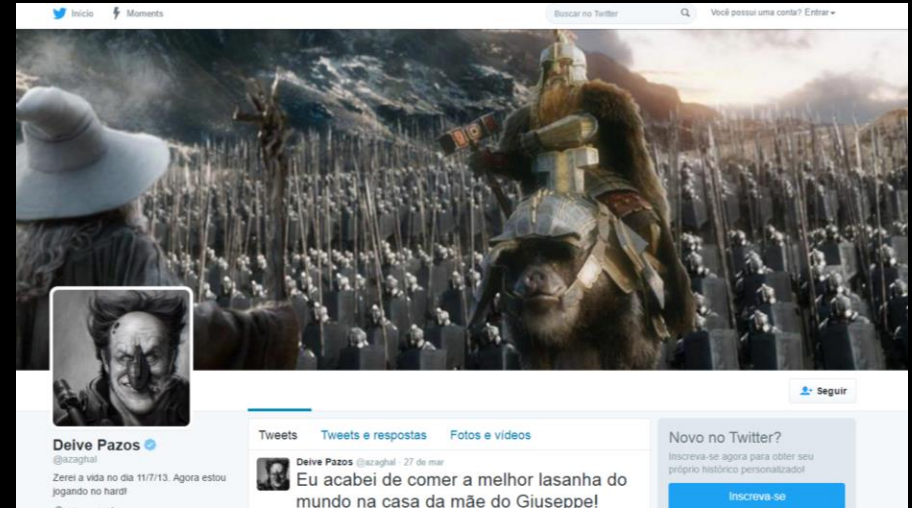
Mais de **815 Mil** seguidores

# Mídia Sociais: Twitter

Formato de publicidade dedicado ao público do Jovem Nerd com os perfis de Alotoni e Azaghal no Twitter.



Mais de 780 Mil seguidores

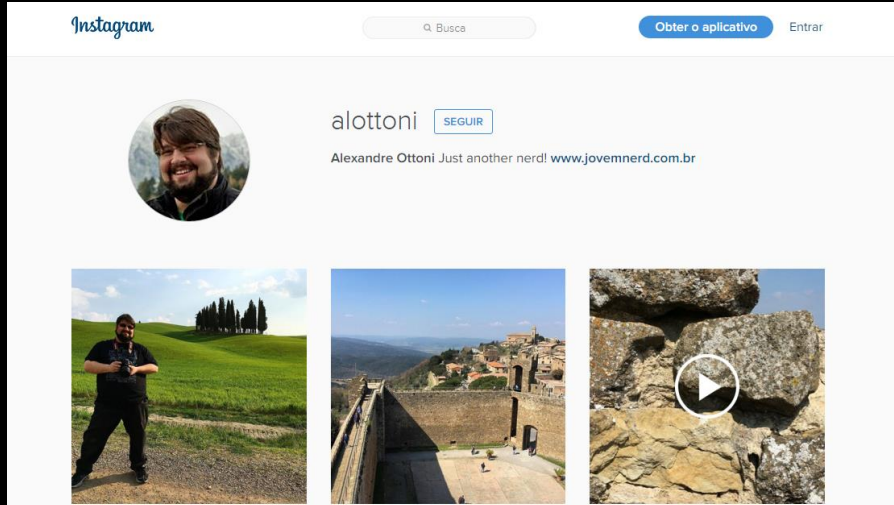


Mais de 223 Mil seguidores

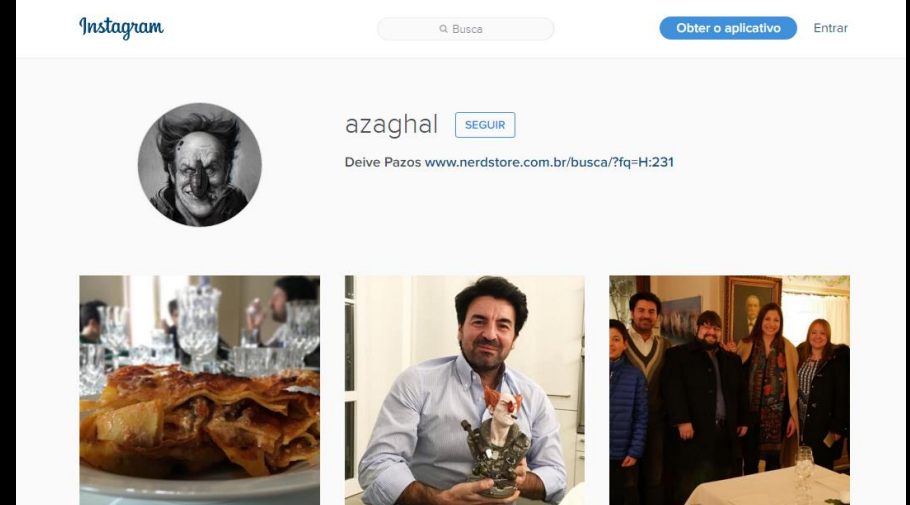


# Mídia Sociais: Instagram

Formato de publicidade dedicado ao público do Jovem Nerd com os perfis de Alotoni e Azaghal no Instagram.



Mais de **228 Mil** seguidores



Mais de **193 Mil** seguidores

# Mídia Display



Superbanner (728x90)

## Superbanner (728x90)

Localizado nas páginas internas do site, padrão IAB.

## Masthead (970x250)

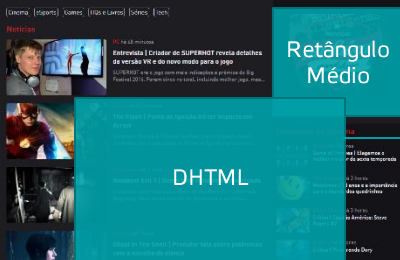
Imagem de destaque que fica no topo da página. O masthead substitui o superbanner, quando contratado. Nunca há os dois ao mesmo tempo na página.



Retângulo Médio

## Retângulo Médio (300x250)

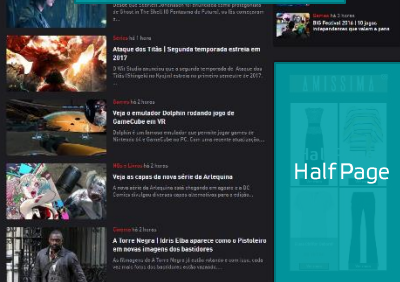
Localizado nas páginas internas do site, padrão IAB.



DHTML

## DHTML (customizável até 480x320)

Intervenção flutuante no site.



Half Page

## Half page (300x600)

Localizado próximo do final da página.

# Mídia display



## Background

Imagem de grande impacto visual estática situada no plano de fundo do site.

# Mídia display



## Intervenção (1280x700)

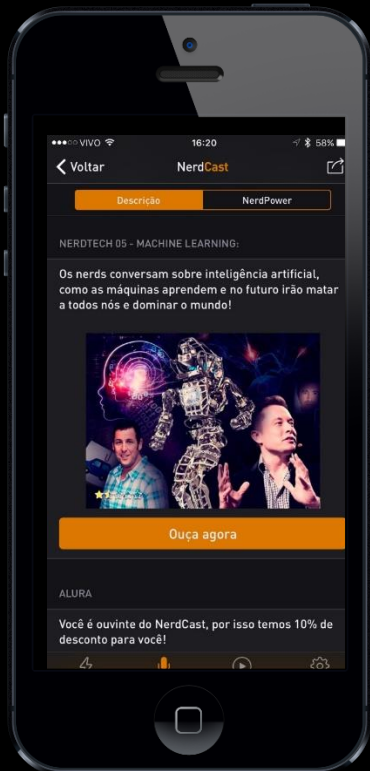
Tela que cobre o site inteiro com um vídeo no meio, seja ele um vídeo do youtube ou um spot especial criado pelo Jovem Nerd com um valor adicional.

Caso não haja interação do internauta, a intervenção vai desaparecer em dez segundos.

# Formatos App

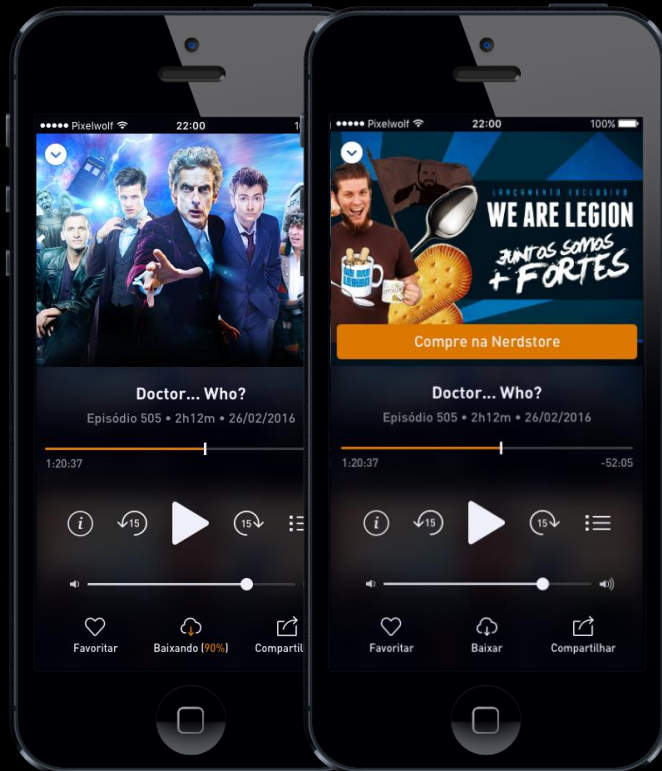
Anúncio na descrição NerdCast  
(360x215) (720x430\*)

Texto, imagem no descritivo do episódio com  
inserção de botão com link para o  
produto/serviço/anunciante



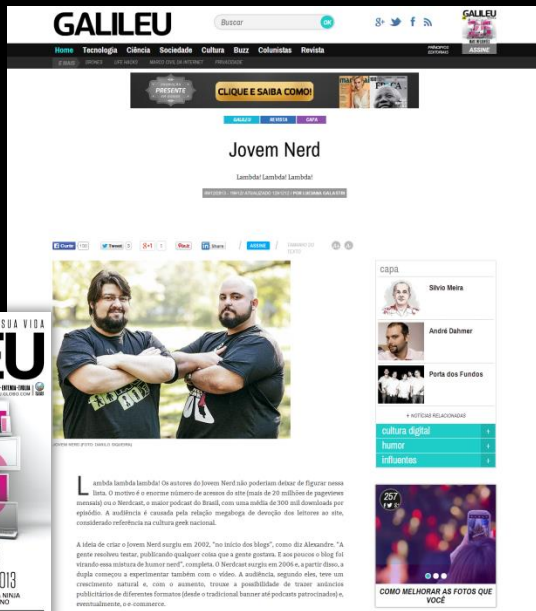
Inserção durante o podcast  
(375x280) (750x562\*)

Imagem que sobrepõe a do episódio no  
momento da menção do anunciante no  
testemunhal na voz de Jovem Nerd e Azaghal



\* Tamanho para upload do formato.

# Influência



# ÉPOCA



Os 100 mais influentes do Brasil em 2013



Foto: Patrícia Stavitski/Global

## Alexandre Ottoni e Deive Pazos

Uma legião de leitores busca as informações e o bom humor do site Jovem Nerd, que passou de brincadeira a negócio relevante

Existe uma sociedade (não tão) secreta que cresce a cada dia, sem que muitos a enxerguem: é a nação nerd. Os sujeitinhos estudiosos antes vistos como socialmente inaptos hoje comandam grandes empresas e criam obras de arte. Um deles, Barack Obama, assiste a *Jornada nas estrelas* na Casa Branca. No Brasil, Alexandre Ottoni e Deive Pazos, idealizadores do site Jovem Nerd, tornaram-se ícones dessa nação. Fundado em 2002, o que era somente um blog acabou se tomando o ponto de encontro para troca de opiniões sobre tecnologia, história, cinema, HQs, séries literárias e desenhos animados. Com criatividade, persistência, carisma, informação e humor, os dois nerds pesos pesados transformaram brincadeira em negócio e conquistaram um público cativo, que os acompanha em todos os seus canais, em podcasts, vlogs e redes sociais. Desejo vida longa e próspera ao Jovem Nerd.

Eduardo Spohr, escritor e autor de *'A batalha do apocalipse'*

Alexandre Ottoni e Deive Pazos foram eleitos um dos 100 brasileiros mais influentes do Brasil pela Época e um dos 25 mais influentes da internet Brasileira

# Prêmios



## NEGÓCIOS DA COMUNICAÇÃO INFLUENCIADORES DIGITAIS 2016

Destaque de melhor site de Cultura e Entretenimento (Júri e Voto Popular)



## The BOBs 2013 Melhor Blog em Língua Portuguesa



## SHORTY AWARDS 2013 Melhor Podcast e Melhor do Brasil



## PRÊMIO PIX 2012 MELHORES DA WEBSFERA Melhor Podcast (MRG) Melhor Site (Jovem Nerd) Geek do Ano (Alltoni) Prêmio Hors Concours de Podcast (Nerdcast)



## PRÊMIO #EPIC 2011 MELHOR CROSS PUBLISHER Melhor Mídia que trabalha Blog, Podcast, Videocast, Twitter e Facebook.



## PRÊMIO PIX 2011 MELHORES DA WEBSFERA Melhor Podcast e Videocast



## PRÊMIO PIX 2010 MELHORES DA WEBSFERA Melhor Podcast



## PRÊMIO MTV VMB 2009 Blog do Ano



## PRÊMIO PIX 2009 MELHORES DA WEBSFERA Melhor Podcast



## PRÊMIO INFO 2008 Melhor Blog



## PRÊMIO PODCAST 2008 Humor (Júri) Humor (Popular) Mais votado (todas as categorias)



## PRÊMIO IBEST 2008 Melhor Podcast Melhor Blog Humor Melhor Blog Notícias

# Quem já anunciou





Vendas exclusivas



[www.boo-box.com](http://www.boo-box.com)

**São Paulo**

(11) 3198-1455

**Rio de Janeiro**

(21) 3852-1588

**Recife**

(81) 2128-4350

**Brasília**

(61) 3035-3750

**Curitiba**

(41) 3026-4100

**Belo Horizonte**

(31) 2105-3524

**Miami**

+1 395-952-5501

**Pazos & Ottoni Ltda.**

[comercial@jovemnerd.com.br](mailto:comercial@jovemnerd.com.br)

+55 41 3093-7007

CNPJ 10.425.769/0001-05

[www.jovemnerd.com.br](http://www.jovemnerd.com.br)

