

# JORNAL DA GLOBO

Plano Comercial 2025



## JORNAL DA GLOBO

O programa se destaca pelo perfil analítico e resumos relevantes dos principais fatos do dia, sempre enriquecidos por um time de especialistas e colunistas conceituados.

O plano de **patrocínio regional do Jornal da Globo** oferece aos anunciantes uma **forte e positiva associação** com esses atributos do programa, através da vinheta **Você Está Assistindo**.

Esse formato reforça para a audiência qual programa está sendo exibido no momento, aproveitando a ativação para exibir a mensagem da marca e cancelar como patrocinadora daquele território.



TV FRONTEIRA

### Esquema comercial

Dia/horário: Segunda a sexta – 00h00

Duração: 40'

Sigla: JGLO

Preço de 30": Conforme lista de preços vigente

Coefficiente de 15": 0,75

Gênero: Jornalismo

### Esquema de Patrocínio

Quantidade de cotas: 01

Tipo de cota: Local

Mercado: PRP

**Aproveitamento por exibição:**

- **01 Vinheta VEA** – Você está assistindo

O VEA possui duração de 15", sendo 5" do programa e 10" do Anunciante.

**Investimento (4 semanas): R\$ 7.335,00**

Válido para compras realizadas até 30/06/2025

TAGS:

Jornalismo

Jornal da Globo

Qualificação

# Um olhar analítico sobre os principais fatos do dia.

O programa se destaca pelo perfil analítico e resumos relevantes dos principais fatos do dia, sempre enriquecidos por um time de especialistas e colunistas conceituados. Sua relevância e credibilidade possibilitam uma grande conexão e interação de várias plataformas do universo Globo.



## Destaques das notícias mais importantes na globo.com

A home repercute as notícias mais importantes e amplia o alcance e engajamento.

PRÉ-PROGRAMA

## Programa no ao vivo TV Globo e Globoplay

O programa de segunda a sexta no ao vivo na TV Globo e no simulcast do Globoplay

DURANTE

## Editoria Jornal da Globo no g1

Matérias e conteúdos aprofundados relacionados aos assuntos abordados no programa.

## Trechos e programa na íntegra no Globoplay

Todos os episódios do programa e trechos dos maiores destaques para serem acompanhados quando e onde o público quiser.

PÓS-PROGRAMA

## Redes sociais do g1 e Jornal da Globo

Reverberação dos destaques do programa, das séries, quadros e dos conteúdos especiais nas redes sociais

Sem atenção, não há memória.  
Sem memória, não há marca.

## A TV É UMA POTÊNCIA DA ATENÇÃO



### Maior Capacidade De Imersão

(tamanho de tela e experiência sonora)

### Menor Distração

(o que acontece ao redor do anúncio)

### Maior Visibilidade

(sempre exibe 100% dos pixels, em 100% de cobertura da tela, 100% do tempo)

### Maior Qualidade Dos Criativos

(TV é destino dos melhores criativos)

### Maior Qualidade Do Conteúdo

(programação premium)

TUDO ISSO VOCÊ ENCONTRA NO ECOSISTEMA

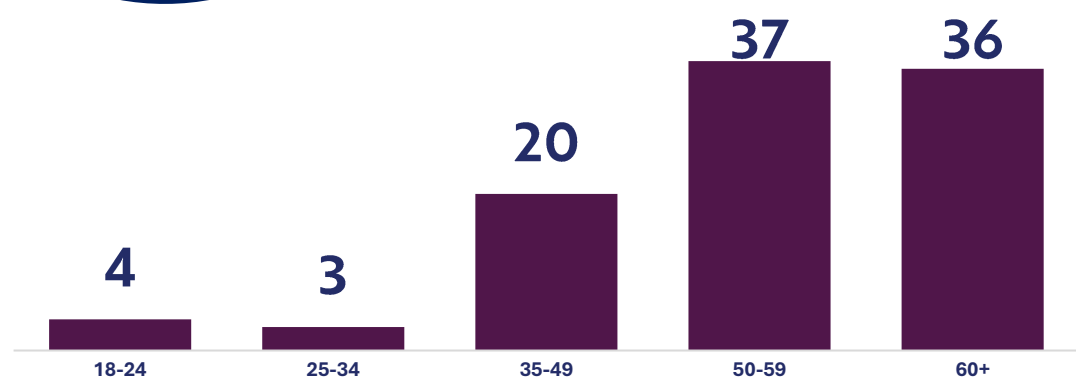
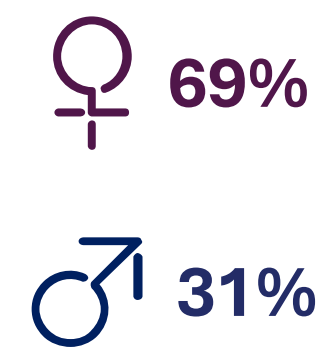
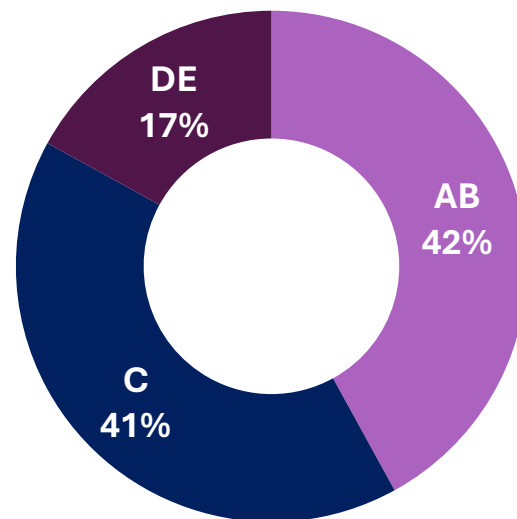
**GLOBO**

# Jornal da Globo

## Credibilidade, análises didáticas e muita informação!

O programa apresenta os principais fatos do dia e a repercussão desses acontecimentos apurados por especialistas e correspondentes internacionais. Um olhar cuidadoso e relevante para as principais notícias do cenário nacional e internacional.

# O público qualificado se informa aqui





# Oportunidades no intervalo comercial

# Mídia avulsa

Jornal da Globo

Dia/horário: Segunda a sexta – 00h00

Duração: 40'

Sigla: JGLO

Preço de 30": Conforme lista de preços vigente

Coefficiente de 15": 0,75

Gênero: Jornalismo



# Patrocínio Linear

O patrocínio de programas é **eficiente para diversos objetivos de comunicação**, podendo contribuir com todas as fases do funil de conversão da marca.



As vinhetas conferem ao patrocinador um nível de atenção acima das demais marcas no intervalo.



Quando a vinheta é composta pelas mesmas cenas do comercial da marca, ocorre um aumento mais expressivo de memorização.



Uma marca que se faz presente por meio de patrocínio, garante diversos atributos herdados do programa.

## E por que isso é tão relevante?

Os ganhos em memorização significam que o consumidor está criando novas memórias em relação aquele anunciante.

Quanto mais lembranças armazenadas em nosso cérebro sobre determinado produto, maiores chances dele ser lembrado em um momento de decisão de compra.

## Awareness

O patrocínio gera grande alcance e frequência com o público alvo da marca.

## Amplia o valor das marcas

Patrocinar é uma forma muito eficiente de criar laços emocionais com o consumidor. Quando a marca é patrocinadora, não se faz apenas presente. Ela está fazendo parte de algo que a audiência gosta, valoriza e consome.

## Aumenta a intenção de compra

O patrocínio tem o potencial de transferir para as marcas os atributos positivos que o público enxerga no programa ampliando a favorabilidade e percepção sobre a marca .

## Impulsionar a resposta

Os patrocínios de programas na TV são capazes de gerar níveis consideráveis de atividade nos consumidores. E podem ser utilizados como uma estratégia de marketing de ativação (promoções nas vinhetas, QR Code nos comerciais e ações de conteúdo são alguns exemplos bem comuns nesse tipo de estratégia).

CONHEÇA MAIS!





# Cota Local & Preço

# VEA

## Você está assistindo

### Jornal da Globo

Além da cota de patrocínio nacional, o programa oferece o formato VEA – Você está assistindo, disponível de forma local, nos 123 mercados.

**Quantidade de cotas por mercado:** 01 cota

**Tipo de cota:** Local

**Mercado:** PRP

**Entrega por programa:** 01 vinheta de 15", sendo 5" do programa e 10" do Anunciante.

**Investimento (4 semanas):** R\$ 7.335,00

**Válido para compras realizadas de 01/01 a 30/06/2025**



**CLIQUE E ASSISTA UM  
EXEMPLO DO VEA**

Obs. Os patrocinadores do programa bloqueiam a venda do formato VEA – VOCÊ ESTÁ ASSISTINDO para concorrentes. Caso a venda do patrocínio do programa aconteça após a venda do formato VEA para um cliente do mesmo setor, o cotista do formato VEA será compensado com outras entregas.

Para as praças de PRP e BAU a comercialização deverá ser realizada até o mês de agosto de 2025.

# Observações comerciais

1. O preço da cota é fixo, válido para compras realizadas até 31/06/25, independentemente da data de exibição.
  - a) Comercializações superiores a 12 meses poderão sofrer alteração de preços do 13º mês em diante.
2. Eventuais alterações de preços serão informadas e válidas apenas para cotas não comercializadas.
3. O pagamento deverá ser feito até o dia 15 do mês subsequente ao de veiculação.
4. A Globo poderá desenvolver outras oportunidades comerciais (cotas extras de patrocínio, top de 5 segundos, cota de participação, quadros etc.) ligadas ao programa. Essas oportunidades não poderão ser comercializadas para concorrentes do patrocinador deste projeto.
5. Dias e horários de exibição do programa estão sujeitos a alteração.
6. As renovações dos patrocínios deverão ser informadas até 30 dias antes da última veiculação contratada. Após este prazo, deixa de existir a prioridade, ficando a cota disponível para negociação com outro anunciante.
7. A aquisição mínima estabelecida para compra/renovação deverá ser consultada o atendimento comercial. Obs.: para comercialização a partir de 8 semanas, prioridade de renovação de 30 dias antes do término do contrato; períodos inferiores a esse não haverá prioridade de renovação.
8. Após a comercialização o anunciante terá no máximo 30 dias para entrar com os materiais para exibição, e não poderão ser feitas comercializações com prazos maiores que este para início das entregas.
9. Não existe posicionamento especial para exibição dos comerciais que fazem parte dos planos de patrocínio, exceto quando mencionado.
10. O patrocínio do programa não bloqueia a venda de comerciais avulsos nos intervalos, inclusive para concorrentes.
11. Marcas de categorias de produtos concorrentes do patrocínio não poderão estar/comprar formatos especiais no intervalo do programa, tais como Break Exclusivo, Primeiríssima posição e inserções Inter programas.
12. Não será aceita multiplicidade nas caracterizações.
13. Para os programas com cotas Mercado Nacional, a Globo está aberta à análise de novas alternativas comerciais. Nessa situação, se a vinheta tiver duração de 10 segundos, poderá apresentar o máximo de 20 palavras.

14. Os patrocinadores poderão fazer ofertas e promoções, tanto em áudio quanto em vídeo, nas vinhetas caracterizadas (abertura, encerramento, chamada, passagem, bloco, etc.). A duração deve ser igual ou superior a 5 segundos, desde que respeitada a seguintes condições:

- Áudio: Locução com citação do valor da oferta e/ ou menção específica da promoção.

- Vídeo: Possibilidade de mostrar explicitamente preço/oferta na tela, (informação vazada sobre fundo original do material, sem tarja ou fundo específico).

15. Cabe ao patrocinador arcar com os custos de envio dos seus materiais através dos players homologados pela Globo. Para mais informações consulte a Lista de Preços.

16. O programa pode ter projetos especiais comercializados, na TV e/ou no Digital, que não bloqueiam o patrocínio.

17. Deverão ser emitidas autorizações distintas em relação à mídia TV Globo, Digital e Globosat.

18. O plano de veiculação segue orientações estabelecidas pelo Manual de Práticas Comerciais, Manual de Formatos, Lista de Preços e Código de Ética e Conduta do Grupo Globo.

19. O uso de vinhetas e comerciais para diferente produtos, deverá seguir a regra do Manual de Práticas Comerciais, que estabelece que os produtos devem ser da mesma categoria.

20. Os patrocinadores nacionais do programa bloqueiam a venda do formato VEA – VOCÊ ESTÁ ASSISTINDO para concorrentes. Caso a venda do patrocínio do programa aconteça após a venda do formato VEA para um cliente do mesmo setor, o cotista do formato VEA será compensado com outras entregas.

21. Para este plano, o formato do VEA é de 15", sendo 5" do programa e 10" do anunciante.

22. Caso ocorram falhas, as inserções serão compensadas no mesmo período de venda, podendo ter duas exibições em um mesmo programa.

## ESPECIFICAÇÕES MATERIAIS

- A vinheta em questão terá sua minutagem total em 15", considerando a cabeça do programa em 5" e a vinheta da Marca com 10".
- O formato de 10" do Anunciante deve ser enviado finalizado (sem áudio) para a Globo, que fará a finalização do mesmo com inclusão de trilha e locução;
- Formato sem custo de produção, com possibilidade de trocas quinzenais.
- As produções referentes às vendas feitas pelas afiliadas Globo, serão feitas pelos times de produção comercial das mesmas, seguindo a cabeça do programa e guide line enviados pela Produção Comercial Globo.

