

Plano Comercial 2025





Jornal Hoje

O Jornal Hoje é uma das principais referências em jornalismo da Rede Globo. De segunda a sábado, o telejornal se destaca por oferecer um panorama completo das notícias mais relevantes, combinando credibilidade, agilidade e uma linguagem clara e acessível.

O jornal é uma plataforma estratégica para o mercado local, integrando notícias regionais às pautas nacionais e globais, o que cria uma conexão direta e emocional com o público das praças regionais.

DESTAQUES DO JORNAL HOJE

 **LÍDER ABSOLUTO**
DE AUDIÊNCIA NA FAIXA HORÁRIA

 **590%**
MAIOR QUE A EMISSORA
SEGUNDA COLOCADA



TV FRONTEIRA

Mercado: Local - PRP

Faixa horária: das 13h25 às 14h45

Dias de exibição: Segunda a Sábado

Sigla: JHOJ

Preço de 30": Conforme lista de preços vigente

Coeficiente de 15": 0,75

RESUMO DO PROJETO | COTAS

Tipo de cota: Local - Mercado PRP

Quantidade de cotas: 01 cota

Entrega, por exibição (*):

1 vinheta de abertura 7"

1 vinheta de encerramento 7"

Investimento (4 semanas - PRP) : R\$ 24.804,00

*A Globo oferece ao patrocinador da cota local a possibilidade de alterar a assinatura das vinhetas de abertura e encerramento para 5", ou 3" + comercial de 10", sem alteração de preço.

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

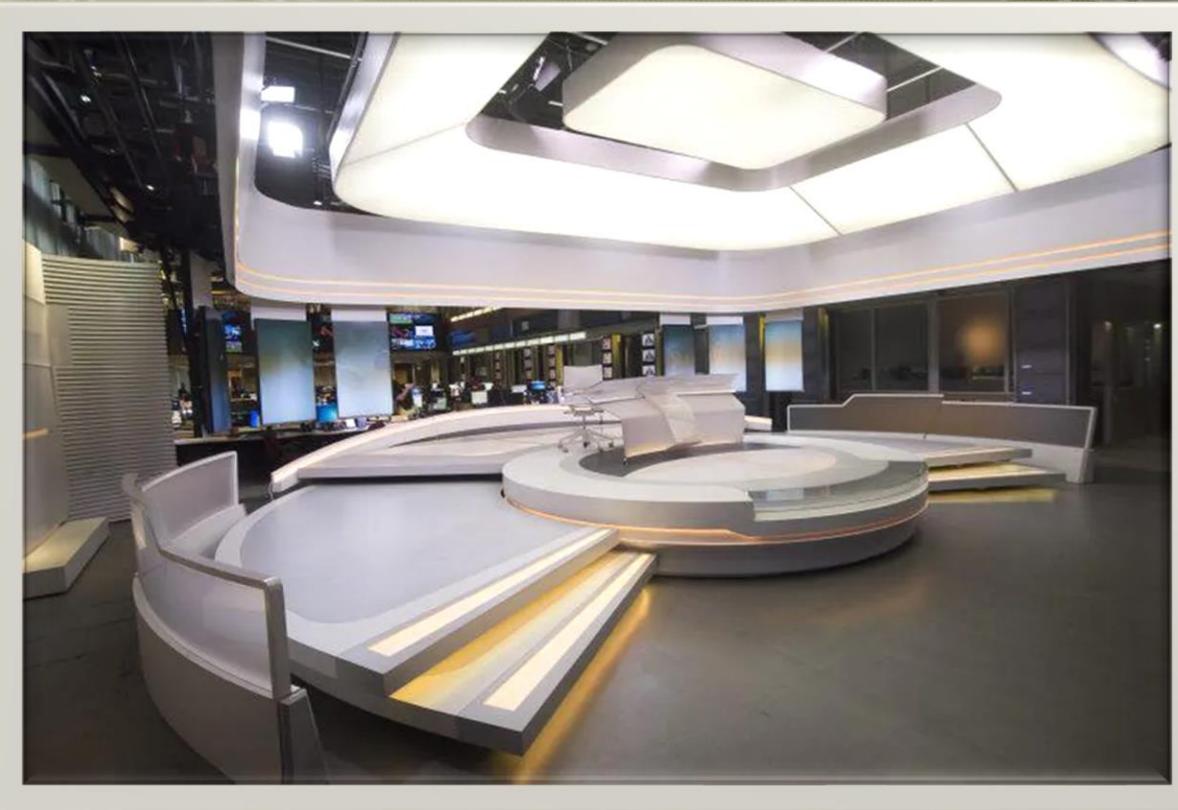
TAGS:

Jornalismo

Jornal Hoje

Plano de Patrocínio

Jornal Hoje 2025



O plano de patrocínio do Jornal Hoje oferece aos anunciantes uma segmentação precisa que combina conteúdos nacionais e regionais, com exibição estratégica no início da tarde. Além disso, a imparcialidade e seriedade do jornal reforça a percepção positiva das campanhas dos clientes.



O projeto conta com uma cota local com vinhetas de abertura e encerramento que garantem uma associação direta e imediata da marca ao jornal, estabelecendo uma identidade visual e sonora que reforça a lembrança e a percepção do público.



**LÍDER ABSOLUTO
NA FAIXA HORÁRIA
NO OESTE PAULISTA**

590%

MAIOR QUE A EMISSORA
2ª COLOCADA



13

PONTOS DE AUDIÊNCIA

+51 MIL

TELESPECTADORES IMPACTADOS
A CADA INSERÇÃO NO INTERVALO
DO PROGRAMA

+69 MIL

TELESPECTADORES DIFERENTES
ALCANÇADOS POR DIA

Fonte: Kantar IBOPE Media – Instar Analytics – Presidente Prudente – abril/24 – Rat% domiciliar, comparado com os principais meios.
Impacto e Alcance (Rat% 6,1 e AvRch% 8,28% individuais), projetados para a área de cobertura da TV Fronteira (841.248).
Média da faixa horária de 13h30 às 14h45 de segunda a sábado. Valores arredondados.



PERFIL DO TELESPECTADOR NO OESTE PAULISTA

Um público altamente qualificado

GÊNERO



56%



44%

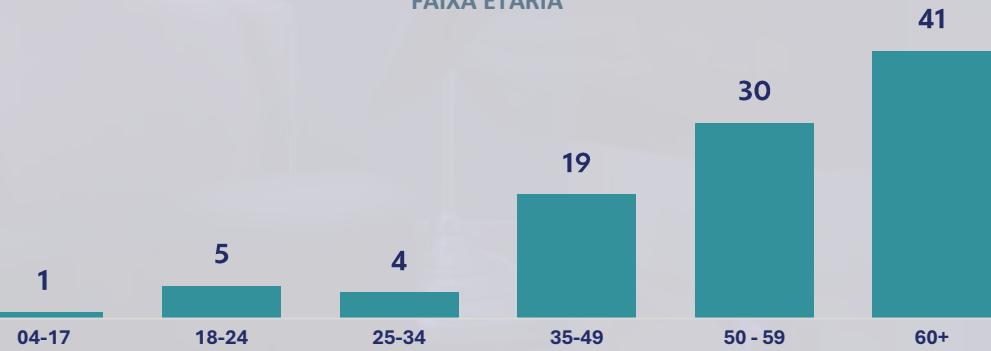
CLASSE SOCIAL

DE
15%

AB
32%

C
53%

FAIXA ETÁRIA





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 ECOSSISTEMA
GLOBO



APRESENTADO POR CÉSAR TRALLI

O jornalista tem uma presença que ressoa tanto com o público tradicional quanto com os mais jovens. Tralli traz uma combinação única de credibilidade, alcance e conexão com o público. Como uma figura constante na televisão brasileira, Tralli tem um reconhecimento duradouro, o que garante que sua imagem permaneça relevante e confiável ao longo do tempo.



+ 89%

Dos brasileiros conhecem

Atributos de estilo de vida

- | | |
|------------------|-------------|
| 1- Bem-informado | 4- Elegante |
| 2- Trabalhador | 5- Maduro |
| 3- Conectado | |

Marca com anúncio na Globo marca o público!

O Jornal Hoje é a escolha inteligente para potencializar a força regional!

Investir no Jornal Hoje é sinônimo de potencializar resultados no mercado local. Com sua integração única entre conteúdos regionais e nacionais, o telejornal oferece uma plataforma poderosa para marcas que desejam **se conectar diretamente com suas comunidades**. Exibido em um horário estratégico, no início da tarde, o JH alcança um público diversificado, formado por consumidores locais em potencial, como donas de casa, pequenos empresários, estudantes e trabalhadores. O Jornal Hoje é uma vitrine eficaz e indispensável para marcas que buscam se destacar no mercado local.

Publicidade em alta

A publicidade tem grande importância nos consumidores de notícias da Globo, influencia suas escolhas e decisões de compra. Através de anúncios nos diversos meios de comunicação, as marcas alcançam um amplo público, transmite mensagens relevantes e impacta efetivamente os consumidores.



Prestam atenção na publicidade em algum meio



Tem algum meio como fonte para decisão de compra

Como sua marca vai estar presente no Jornal Hoje ?



VINHETA DE
ABERTURA



VINHETA DE
ENCERAMENTO

As vinhetas de abertura e encerramento garantem uma associação direta e imediata da marca ao jornal, estabelecendo uma identidade visual e sonora que reforça a lembrança e a percepção do público.

As vinhetas associam diretamente ao conteúdo de alta qualidade do programa, aumentando a percepção de prestígio e credibilidade junto ao público. Além disso, a posição estratégica na abertura do programa maximiza o impacto, capturando a atenção dos espectadores desde o início e fortalecendo a lembrança da marca.

PLANO DE PATROCÍNIO | LOCAL

**QUANTIDADE DE COTAS:**

01 Cota por mercado

TIPO DE COTA:

Mercado local - PRP

PLANO DE INSERÇÕES*, por exibição:

- 1 vinheta patrocinada de abertura local de 7"
- 1 vinheta patrocinada de encerramento local de 7"

PREÇO DA COTA (4 semanas) :

- R\$ 24.804,00

DIA:

Segunda a Sábado

HORÁRIO*:

13h25 às 14h45

DURAÇÃO DO PROGRAMA:

80'

SIGLA

JHOJ

* Cotas locais na TV Globo existe a opção da troca da assinatura (abertura e encerramento) de 7" pela de 3" ou 5" sem alteração no preço. Caso o patrocinador opte pela assinatura de 3" nas caracterizações de abertura e encerramento terá um comercial de 10" no intervalo do programa.

** Horário básico de grade, sujeito a alteração sem aviso prévio. Duração prevista.
Para as praças de PRP e BAU a comercialização deverá ser realizada até o mês de agosto de 2025.

Oportunidades no intervalo comercial

O intervalo comercial da TV Fronteira traz credibilidade e visibilidade para sua marca.

Através da compra de mídia avulsa, o anunciante tem a possibilidade de exibir seu comercial de acordo com a estratégia de comunicação de sua marca.

ESQUEMA COMERCIAL

DIAS DE EXIBIÇÃO: Segunda a Sábado

HORÁRIO: 13h25 às 14h45

DURAÇÃO: 80 min

SIGLA: JHOJ

PREÇO DE 30”: Conforme lista de preço vigente

COEFICIENTE DE 15”: 0,75



 Q&A**Posso customizar o plano?**

Sim. O patrocínio do Jornal Hoje é composto pelas vinhetas de abertura e encerramento, mas o anunciante pode escolher comerciais para ampliar sua participação no programa.

Posso fazer promoções?

Sim. Assim como nos comerciais, as vinhetas possibilitam uma comunicação voltada para promoções, o que pode ampliar o engajamento do público com a marca.

As vinhetas e comerciais devem ser do mesmo produto?

Não. O anunciante pode trabalhar com diferentes produtos da mesma categoria nas entregas de comerciais e vinhetas, direcionado os esforços de comunicação de cada um de acordo com a estratégia da marca.

Posso ter diferentes materiais nas vinhetas?

Sim. As vinhetas podem ser reservadas com diferentes materiais entre a abertura e o encerramento, são diferentes oportunidades para comunicar seus produtos.

Tenho vantagens por ser patrocinador?

Sim. O patrocinador tem formatos exclusivos e a repetição de marca ao longo do programa amplia a lembrança de marca. Além disso, seus concorrentes estão bloqueados de usar formatos premium no programa.

Que outros benefícios tem a minha marca com esse patrocínio?

O Jornal Hoje é um tradicional programa do início das tardes da TV Globo e estar associado a esse patrocínio transfere todos esses atributos para o anunciante, elevando a marca a um prestigiado grupo de liderança.

Observações comerciais

1. O preço da cota é fixo, válido para compras realizadas até 31/12/2025, independentemente da data de exibição.
 - a) Comercializações superiores a 12 meses poderão sofrer alteração de preços do 13º mês em diante.
 - b) Para as praças de PRP e BAU a comercialização deverá ser realizada até o mês de agosto de 2025.
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 feita 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. As caracterizações dos patrocínios (abertura, encerramento, vinheta de passagem, chamadas) da programação de linha deverão seguir as seguintes orientações:
 - VÍDEO:
 - Duração de 3, 5 ou 7 segundos de imagens com movimento.
 - Não serão permitidas imagens de atores com movimentos labiais.
 - O material não poderá apresentar mais do que uma marca/produto.
 - Caso o programa seja patrocinado por uma linha de produtos, as imagens não poderão dar destaque a nenhum produto particularmente; a ênfase deve ser apenas na linha de produtos.
 - ÁUDIO*:
 - 3 segundos: máximo de 4 palavras .
 - 5 segundos: máximo de 10 palavras.
 - 7 segundos: máximo de 12 palavras.
 - Identificação do patrocinador ou marca no início do texto.
 - Se mais de uma palavra for usada para designar uma marca ou produto, serão contabilizadas individualmente.
 - Caso o texto apresente números ou siglas, estes serão computados por elementos, isoladamente.
 - Se o programa for patrocinado por linha de produtos, poderá haver menção apenas da linha de produtos.

*A validação é feita com o cronômetro.

Observações comerciais

13. Não será aceita multiplicidade nas caracterizações.

14. 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.

15. 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).

16. 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.

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

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.

