

FORMATOS COMERCIAIS

NDTV | RECORD TV

Cadastro de Usuários	4
Envio de Materiais	5
Formatos de Materiais	9

JORNAL ND

Gerenciamento de cor	11
Ganho de ponto	12
Carga de tinta	13
As cores no papel jornal	14
O registro na impressão	15
Tempo de processamento no CTP	16
Tratamento de imagens para jornal	17
Como instalar o perfil de cor	18
Orientações gerais para imagens	19
Orientações gerais para cores	20
Orientações gerais para fontes	22
Fechamento do arquivo	24
Procedimentos para fechar o PDF	26
Configurações para gerar o PDF	28
Prova do anúncio	32
Envio PDF para o jornal	34

PORTAL ND+

Mídia Display	36
Formatos especiais	40
Publieditorial	43
Patrocínio	46
Canal Exclusivo	47
Chamada na capa	48
Pre-Roll	49

REDES SOCIAIS

Merchan Post	51
Orientações para Redes Sociais	52

NDTV | RECORD TV

ENVIO DE MATERIAIS PUBLICITÁRIOS

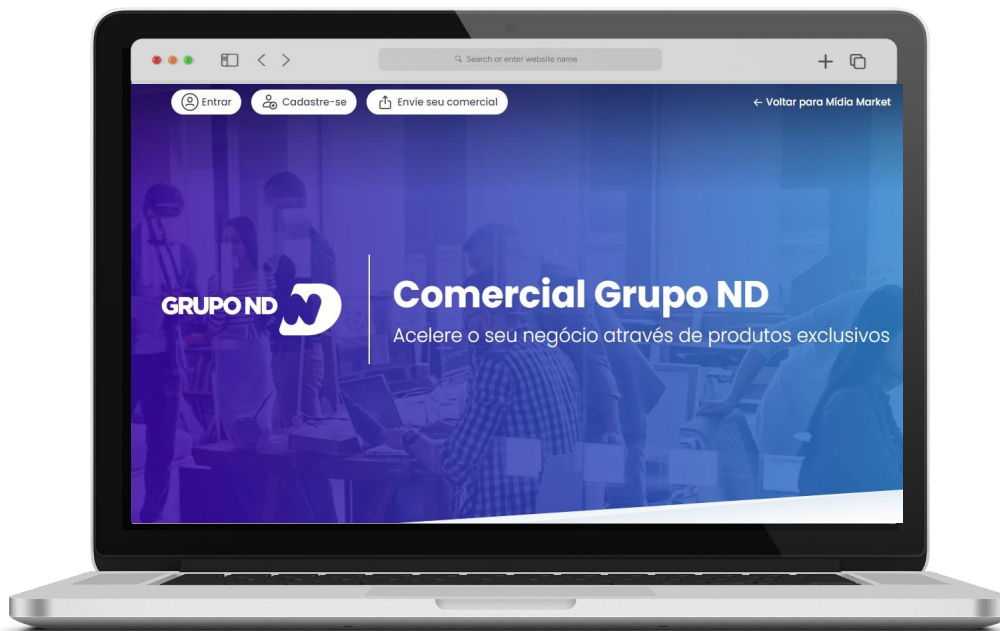
CADASTRO

FORMATOS

ENVIO

CADASTRO DE USUÁRIOS

- 1 Acesse o link midia.market/comercial-grupo-nd/ e faça seu cadastro



- 2 Informe seu nome de usuário e e-mail. O seu pedido será enviado ao administrador do site para aprovação e em breve você receberá um e-mail com mais instruções. Após a criação da senha, prossiga.

NDTV | ENVIO DE MATERIAIS PUBLICITÁRIOS

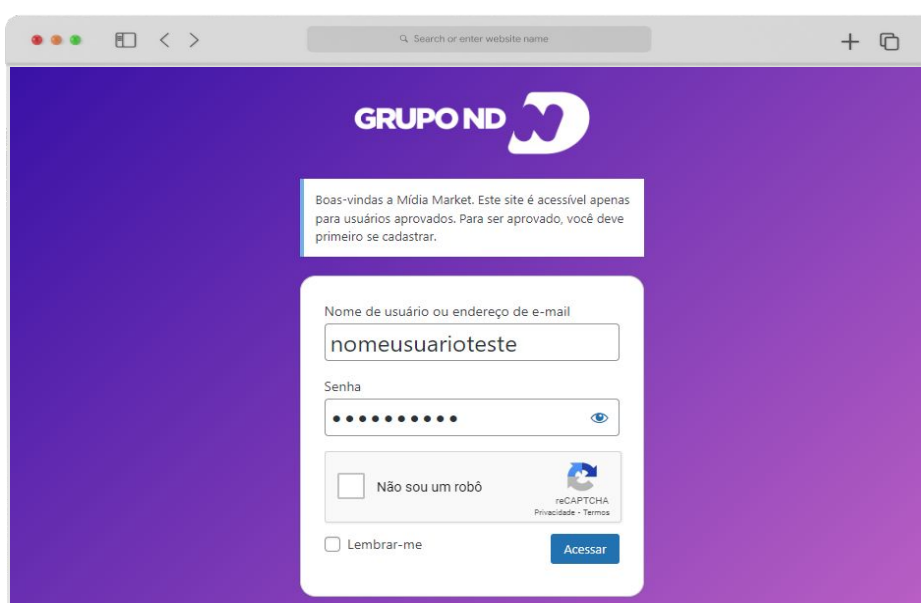
Cadastro **Envio** Formatos

ENVIO DE MATERIAIS

- 1 Na página principal midia.market/comercial-grupo-nd/ clique em "ENVIE SEU COMERCIAL".



- 2 Informe seu usuário e senha nos campos indicados.

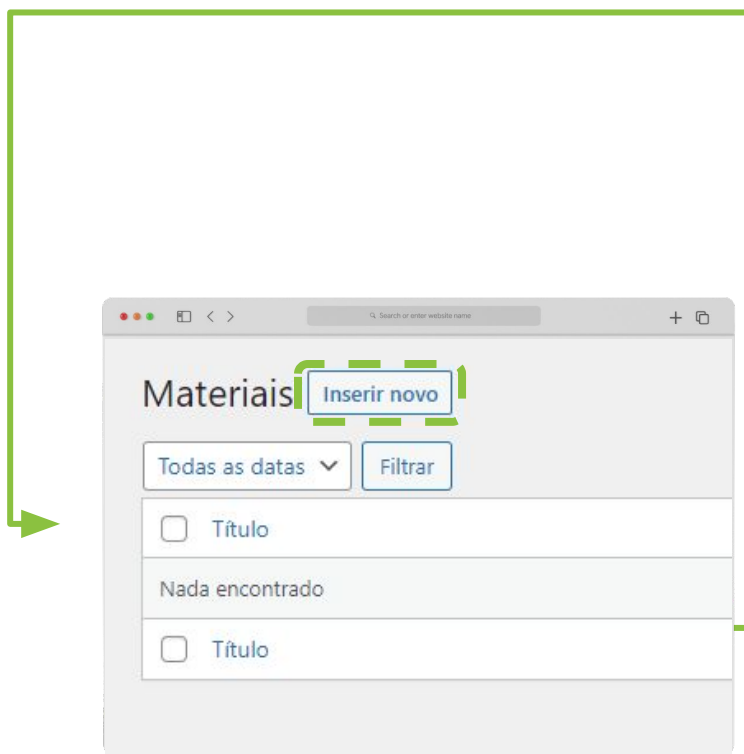
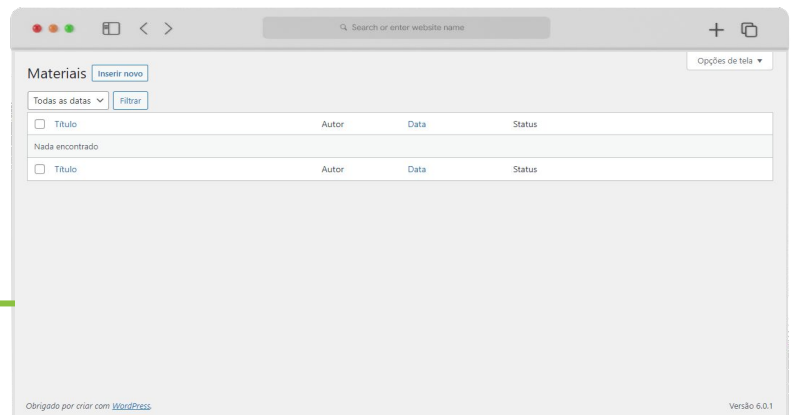


Lembre-se sempre de aceitar o captcha "Não sou um robô"

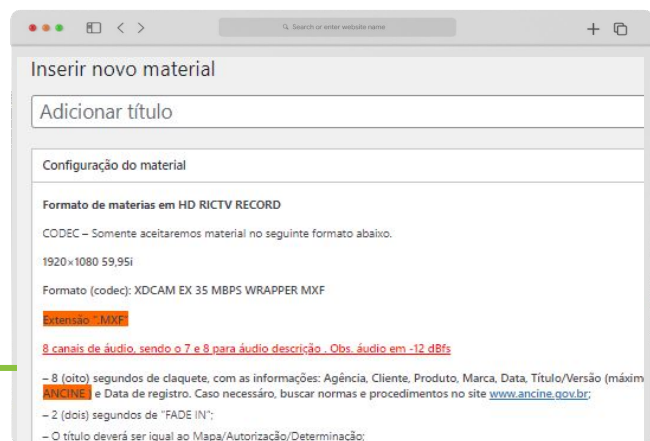
NDTV | ENVIO DE MATERIAIS PUBLICITÁRIOS

Cadastro **Envio** Formatos

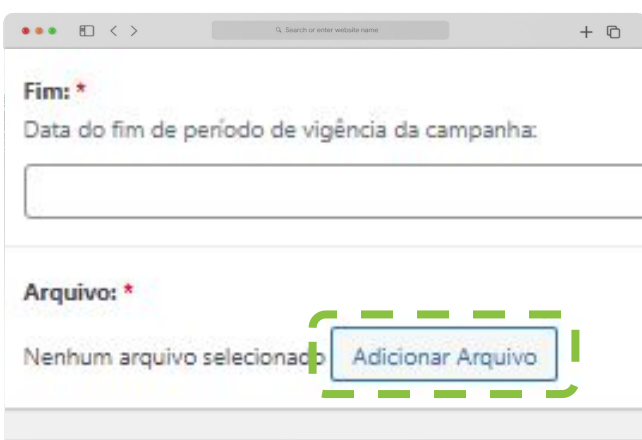
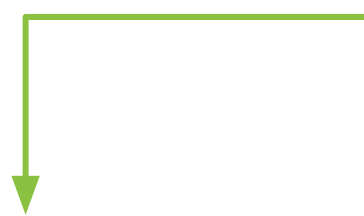
3 Ao clicar no botão, será direcionado para a página "Materiais".



4 Clique em "inserir novo"



5 Leia e preencha o formulário com os dados solicitados, referente ao material que será enviado.

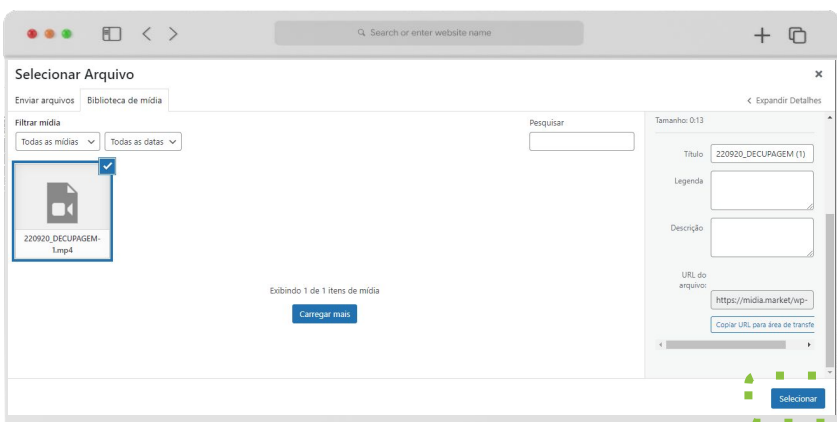
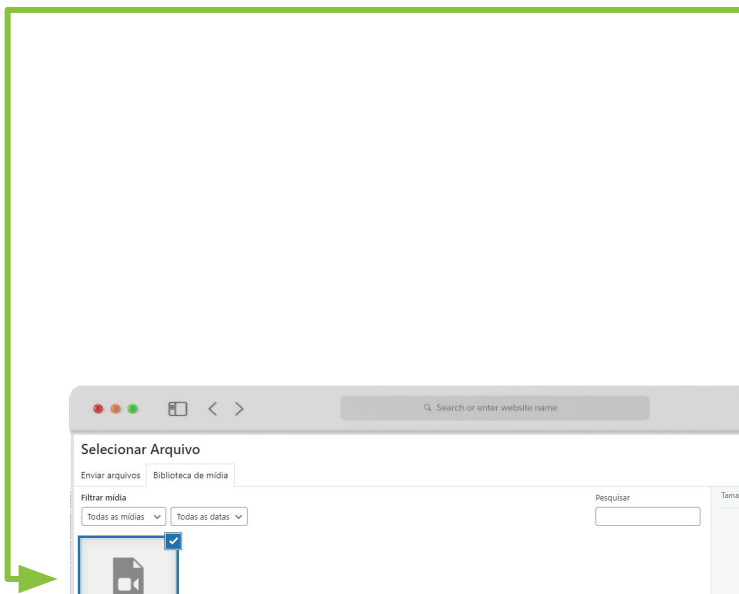
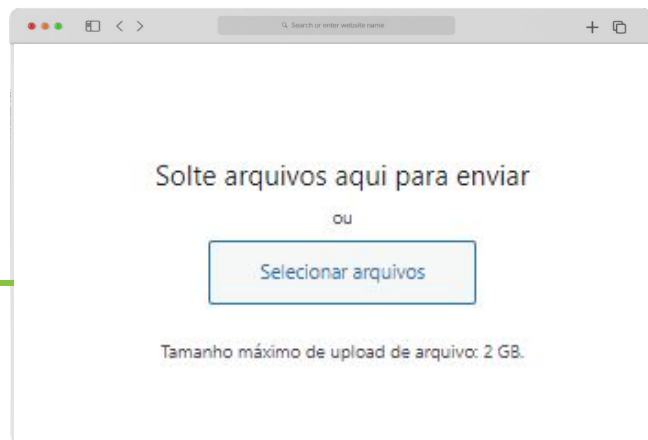


6 Para enviar o arquivo, selecione "Adicionar arquivo", ao final do formulário.

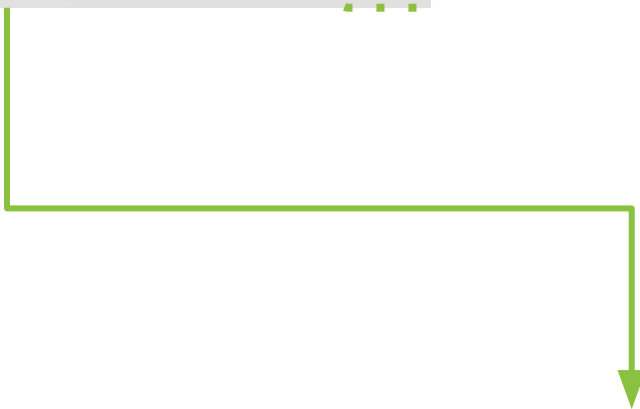
NDTV | ENVIO DE MATERIAIS PUBLICITÁRIOS

Cadastro **Envio** Formatos

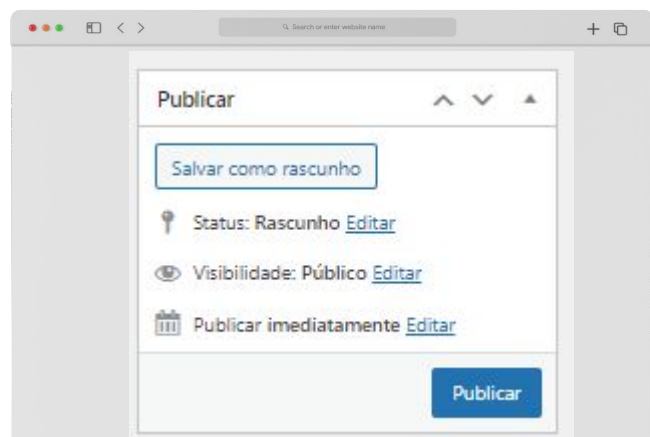
7 Selecione o arquivo que será enviado. O tamanho máximo é de 2GB.



8 Com o arquivo carregado, clique no botão "selecionar".



9 Após, clique em "publicar".

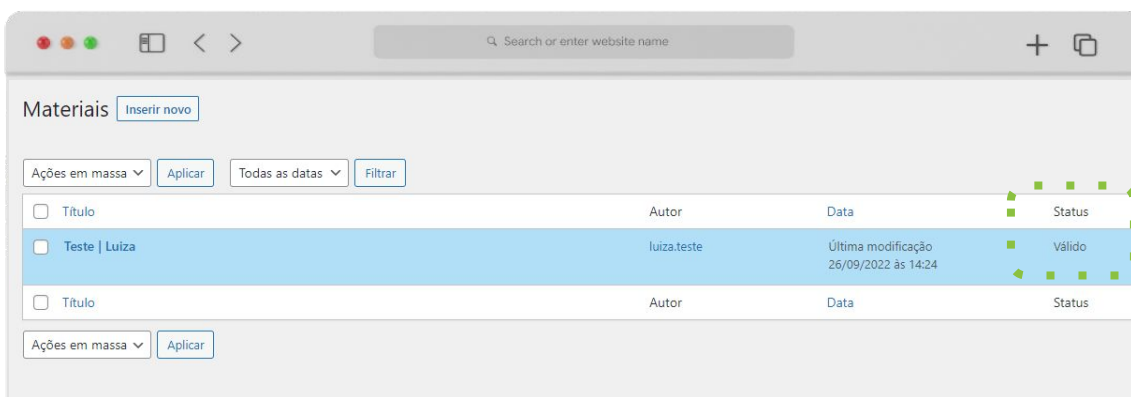


NDTV | ENVIO DE MATERIAIS PUBLICITÁRIOS

Cadastro **Envio** Formatos

10

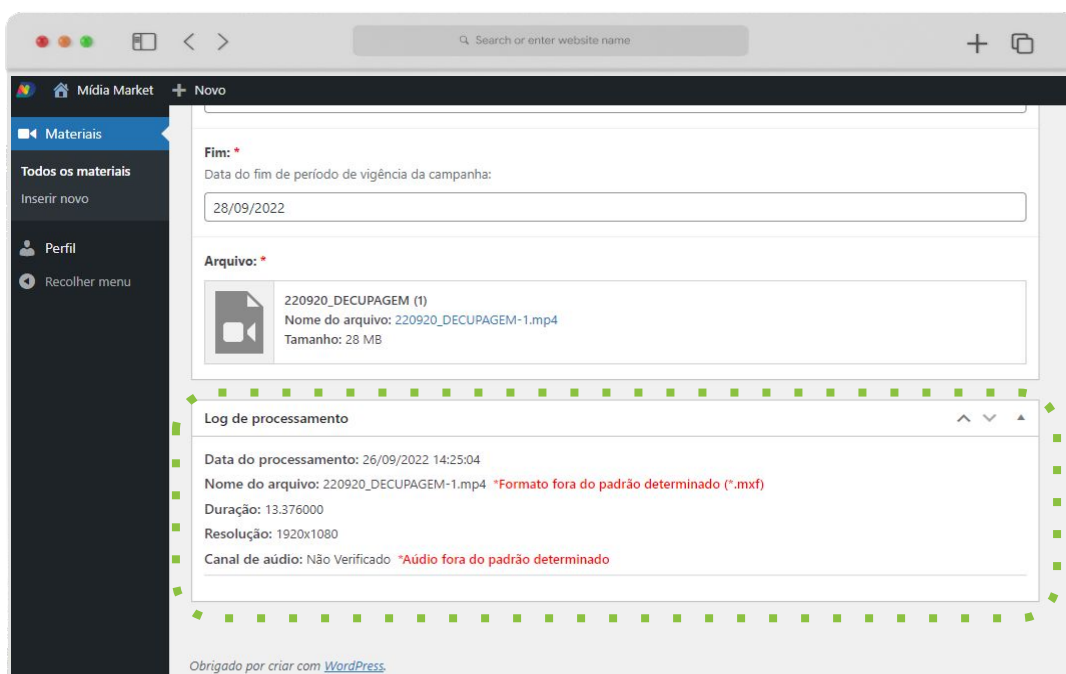
O arquivo é avaliado e você pode acompanhar o resultado pela aba "Materiais". Estando dentro dos padrões necessários, o arquivo será validado (conforme a imagem abaixo), e é enviado ao e-mail cadastrado a confirmação de envio do material.



11

Caso o material não esteja dentro do formato padrão necessário, retornará no campo "status do processamento do arquivo" ou "log de processamento". As informações referentes ao que não está de acordo no arquivo ficam disponíveis nesses campos e um e-mail informativo é enviado.

O material deve ser corrigido para o nosso formato de materiais padrão e reenviado.



NDTV | ENVIO DE MATERIAIS PUBLICITÁRIOS

Cadastro Envio **Formatos**

FORMATOS DE MATERIAIS

Formato	1920x1080
Codec	XDCAM EX 35 NTSC 60i MBPS WRAPPER MXF
Extensão	".MXF"
Tamanho	1 GB no máximo
8 (oito) segundos de claquete, com as informações:	Agência, Cliente, Produto, Marca, Data, Título/Versão (máximo de 26 dígitos), Duração, Produtora, Número de CRT (CERTIFICADO DE REGISTRO DE TÍTULO / ANCINE) e Data de registro.
2 (dois) segundos de "FADE IN";	
O título deverá ser igual ao Mapa/Autorização/Determinação;	
CLOSED CAPTION PADRÃO 708 LINHA 21	
LIBRAS e AUDIODESCRIÇÃO: PARA COMERCIAIS POLÍTICOS - OBRIGATÓRIO POR LEI	

Somente aceitaremos materiais que forem enviados no formato acima

Caso necessário, buscar normas e procedimentos no site www.ancine.gov.br;

ND

JORNAL ND

GERENCIAMENTO DE COR E FECHAMENTO

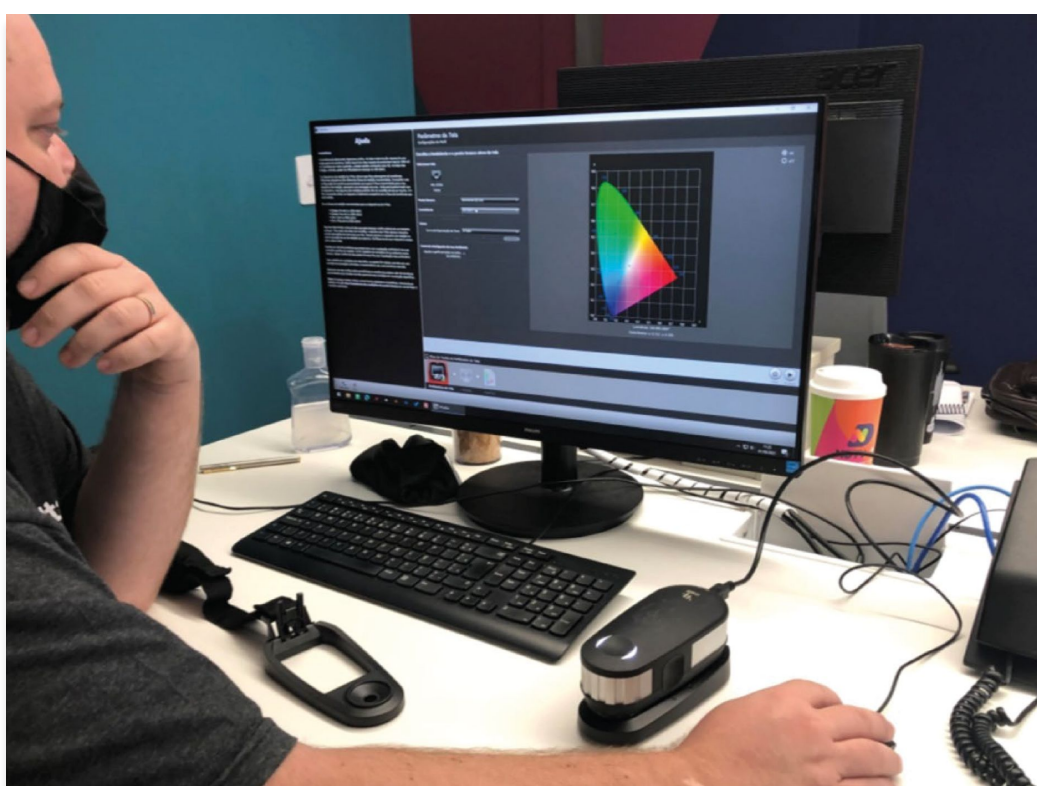
CORES | ORIENTAÇÕES | FECHAMENTO | ENVIO

O GUIA

Caro leitor, estamos apresentando esse Guia de gerenciamento de cor e fechamento de arquivos para aprimorar o padrão de produção de anúncios destinados à impressão em papel jornal.

A impressão em papel jornal em impressoras rotativas possui características distintas da impressão em papel couchê em impressoras planas. Essas particularidades exigem um padrão de gerenciamento de cor e de configurações específicas que devem ser adotadas pelas equipes de criação de anúncios para a obtenção de um resultado adequado na impressão de um jornal.

A aplicação dos procedimentos desse Guia traz benefícios mútuos ao padronizar o gerenciamento de cor, dá agilidade ao processo, minimizando a necessidade de ajustes e possibilita um maior controle na qualidade, satisfazendo o leitor e proporcionando maior retorno ao anunciante.



O Grupo ND contratou a empresa "Delta E" para aperfeiçoar o gerenciamento de cor do jornal

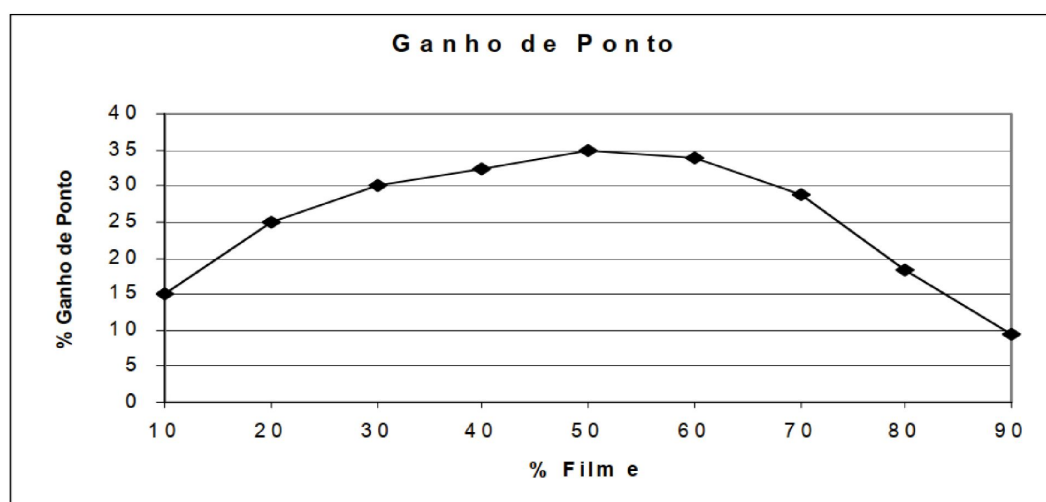
GANHO DE PONTO

Características peculiares a um impresso em papel jornal

No processo de impressão de um jornal em rotativa a tinta seca pelo processo de absorção em razão da característica do papel. O resultado é uma **variação nas dimensões dos pontos da retícula**, ou seja, um aumento no tamanho do ponto (Ganho de Ponto) o que afeta principalmente as imagens.

Como podemos observar no gráfico abaixo, o ganho de ponto é mais pronunciado nos meios-tons. Assim, tanto o tratamento das imagens como a escolha das cores dos demais elementos da arte do anúncio deve considerar esse aumento acentuado no "Ganho de Ponto".

No investimento realizado pelo Jornal Notícias do Dia no processo de pré-impressão foram realizados ajustes no CTP para evitar um ganho de ponto ainda mais acentuado em função das características do equipamento de impressão, das propriedades da tinta e da pressão da blanqueta no papel entre outros fatores.



CARGA DE TINTA

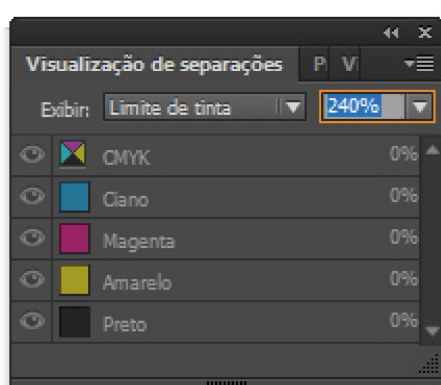
O papel jornal tem como característica a alta absorção de tinta

A partir de um determinado percentual na carga de tinta as cores ficam com aspecto chapado e com o ganho de ponto excessivo. Isso resulta no chamado “rub-off”, quando a tinta fica na superfície e “pinta” os dedos ao esfregá-los no papel. Também aumenta o efeito de “transpasse”, ou seja, a imagem impressa fica mais aparente no verso. E por fim, o anúncio impresso apresenta um aspecto saturado dificultando a leitura dos elementos e textos conforme a situação.

Assim, a recomendação é não ultrapassar a somatória de 240% nas quatro cores. Por exemplo, nunca utilizar 100% nas quatro cores, pois a somatória totaliza 400% e atinge o máximo dos problemas elencados acima.



No exemplo à esquerda a página está com todos os elementos com carga de tinta inferior a 240%. Na simulação à direita, a ferramenta de “Verificação de separações” acusa, em vermelho, quais os elementos que ultrapassam o limite de 240%.



Uma ferramenta no Indesign ajuda a medir a carga de tinta do arquivo. Utilize o atalho “Shift+F6”. Em “Exibir” selecione “Limite de tinta”. Na opção ao lado digite “240%”.

AS CORES NO PAPEL JORNAL

É preciso ter em mente que o papel jornal não consegue reproduzir as cores da mesma forma que o papel couchê em impressora plana. O papel jornal não possui uma alvura como o couchê e também tem um limite na capacidade de tinta que pode ser absorvida pelo papel.

O resultado é que as cores e as fotos no jornal têm limite de contraste e incapacidade de reproduzir uma gama maior de cores, especialmente as mais saturadas. Ou seja, o papel jornal oferece menos possibilidades de resultado das cores se comparado ao papel couchê.

Por isso, nunca espere encontrar numa impressão de jornal o mesmo efeito de uma tela de monitor, especialmente se ela não for calibrada e configurada para as cores de um jornal.

Notamos em muitos anúncios que a escolha das cores é realizada a partir da tela de um monitor. Recomendamos fortemente que as equipes de criação utilizem as tradicionais paletas de cores. Mesmo que elas sejam produzidas para o resultado em couchê, essas paletas oferecem uma aproximação do resultado final muito maior que os monitores.



Na imagem à esquerda a fonte com cor azul e textura (!) em visualização pela tela do monitor. Já à direita o resultado efetivo no impresso em razão da soma das cores e do fator ganho de ponto.

O REGISTRO NA IMPRESSÃO

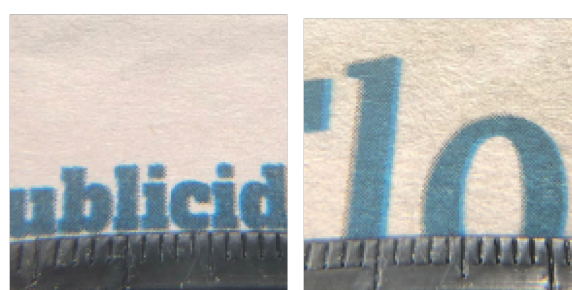
Outro importante fator a ser considerado na criação de uma arte para um jornal é o registro da impressão. Segundo o Comitê de Tecnologia Grupo de Trabalho Pré-Impressão e Impressão da ANJ (Associação Nacional de Jornais):

“Pequenos desvios no registro, de até 0,30 mm, são inevitáveis na impressão do jornal e não podem ser considerados como falhas de impressão”

Quase 0



<0,3mm



Considerar esse fator é fundamental na criação de uma arte. Por isso, vamos elencar várias especificações neste documento para evitar, que a falta de registro dentro da margem aceita para um jornal, afete a qualidade do anúncio

TEMPO DE PROCESSAMENTO NO CTP

No processo de pré-impressão do Notícias do Dia o PDF de cada página do jornal é processado por um equipamento chamado de CTP (Computer to Plate), ou seja, “do computador direto para a chapa” que será usada na rotativa.

Usa-se a expressão “direto”, pois anteriormente era necessário a produção de um fotolito. Esse processamento realizado por um computador demanda um tempo que é considerado no processo industrial do jornal.

Por essa razão, todos ajustes nas imagens devem ser realizados no Photoshop incluindo, além do tratamento geral, os cortes, rotações, ampliações, distorções e outras alterações.

Ao realizar uma rotação de uma imagem no Indesign, por exemplo, o processamento do PDF na pré-impressão demora 10 vezes mais tempo, atrapalhando o processo industrial. Além disso, o programa Photoshop possibilita ferramentas e melhor qualidade no ajuste das imagens.

Por isso, **evite qualquer alteração da imagem no Indesign.**



Equipamento de CTP usado no processo industrial do Jornal Notícias do Dia

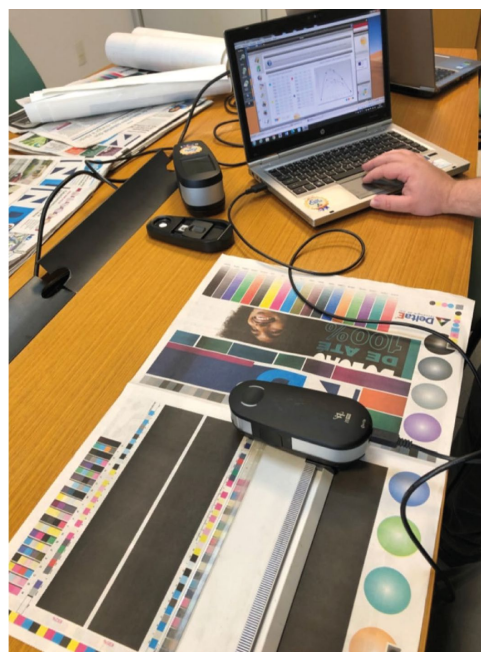
TRATAMENTO DE IMAGEM PARA JORNAL

Recomendamos para a produção de anúncios os seguintes softwares:

- Tratamento de Imagens: Adobe **Photoshop**
- Paginação e Montagem: **InDesign**
- Desenho Vetorial: Adobe **Illustrator**

Para o tratamento de imagens no Photoshop sugerimos a instalação de uma configuração criada especificamente para o Jornal Notícia do Dia para a conversão do RGB para o CMYK, chamada "Perfil Notícias do Dia".

Esse perfil de cor tem as seguintes características:
Considera um aumento de ponto de 26%.
Separa as cores pelo GCR (Gray Component)



Replacement [Substituição do componente cinza]).

Substituição de áreas com sobreposição neutra das três cores [Cyan, Magenta e Amarelo] por preto.

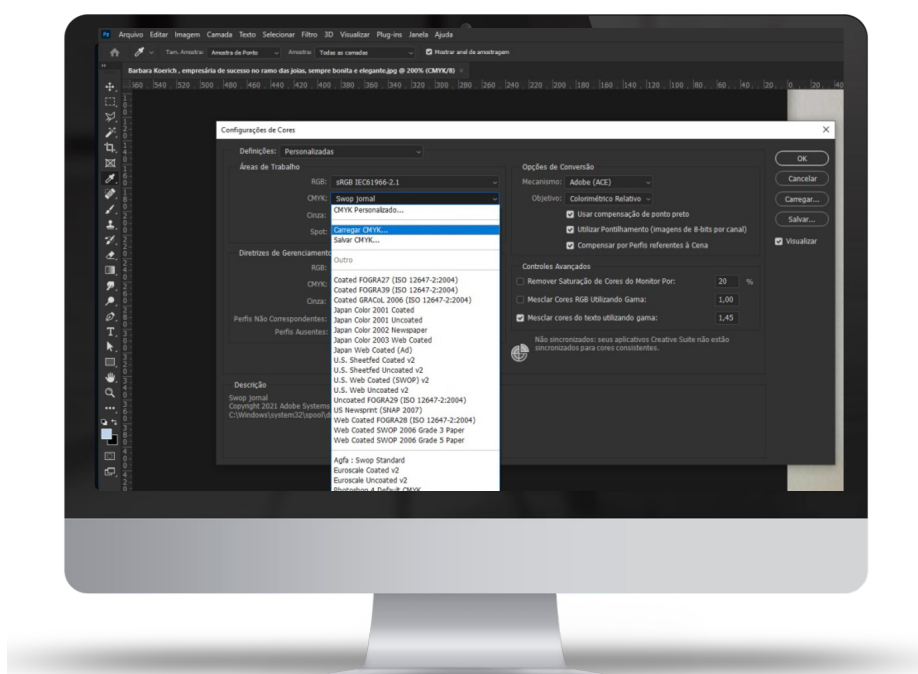
Isso diminui a porcentagem da sobreposição das quatro cores minimizando o efeito rub-off.

- Limita a tinta preta em 95%
- Limita o total de tintas em 240%

Importante considerar que o tratamento de imagem que segue após a conversão para CMYK altera essas propriedades.

COMO INSTALAR O PERFIL DE COR

Solicite para a equipe o ND o arquivo “Perfil Notícias do Dia” e coloque o mesmo em uma pasta apropriada.



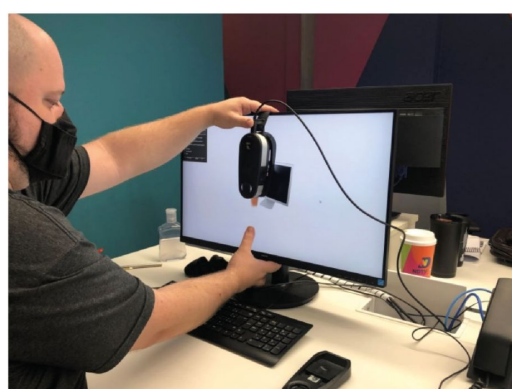
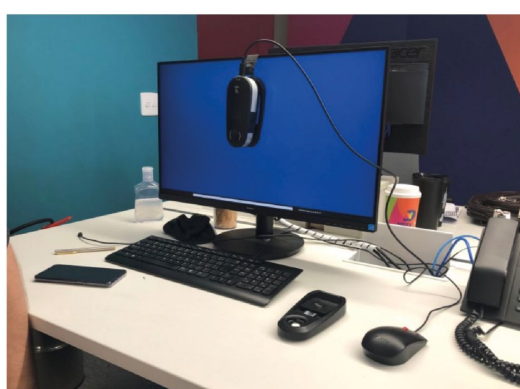
1 No Photoshop clicar em “Editar” > “Configurações de Cores”

2 Na tela “configurações de cores” clicar em “CMYK” > “Carregar CMYK”

3 Localizar o arquivo “Perfil Notícias do Dia” e carregar.

ORIENTAÇÃO GERAIS PARA IMAGENS

- Sugerimos a utilização do mesmo formato de arquivo para todas as imagens inseridas no Indesign.
- Evitar a compressão do arquivo “.jpg” no Photoshop.
- Não utilize imagens reproduzidas de outro impresso. Ao realizar esse procedimento você está reproduzindo um impressão reticulada, isso provoca o chamado efeito “moirê” (a impressão de uma retícula a partir de uma retícula já impressa), com efeito indesejado.
- Se o anúncio for P&B, todos os seus elementos (fotos, logos, textos, fios, etc.) têm que estar em tons de cinza (conversão para “gray scale” no Photoshop) antes de importá-los para o anúncio.
- As fotos em preto e branco devem ser convertidas em “Gray scale”.
- A opção preto e branco a partir da mistura de quatro cores não deve somar mais que 240% e deve ser usado para casos muito específicos, sempre considerando que será impresso em papel jornal a partir de uma rotativa.
- Utilizar degradês a partir de arquivos criados no Photoshop e importá-los como uma imagem.
- O uso de Unsharp Masking (USM) é fortemente recomendado.



ORIENTAÇÃO GERAIS PARA CORES

- Para a escolha das cores usar como referência uma paleta de cores. O monitor do computador não pode ser usado para escolha e aprovação de cor, mesmo que calibrado.
- Todas as cores usadas no anúncio devem obedecer à escala CMYK. Nunca utilizar cores das escalas Pantone, TruMatch ou RGB.
- Considere que percentuais de cores abaixo de 5% não terão efeito na impressão de um jornal (especialmente do amarelo). Por isso, para evitar o “efeito branco” onde deveria haver cores, faça um ajuste nos tons mais claros.
- Nunca utilize quadricromia para textos em preto (e fios finos). Isso dificulta o registro no processo de impressão de um jornal e ocasiona um resultado borrado do texto, dificultando a leitura. Certifique-se que nos textos o preto está em 100% preto.
- O somatório das porcentagens das quatro cores nas áreas de máxima do anúncio não deve ultrapassar 240%. Por exemplo, não se pode ter um anúncio em cores com 100% nas quatro cores, pois o seu somatório totaliza 400%. O papel jornal tem uma capacidade limitada de absorção de tintas.

ORIENTAÇÃO GERAIS PARA CORES

- O somatório das porcentagens das quatro cores nas áreas de máxima do anúncio não deve ultrapassar 240%. Por exemplo, não se pode ter um anúncio em cores com 100% nas quatro cores, pois o seu somatório totaliza 400%. O papel jornal tem uma capacidade limitada de absorção de tintas.
- Ao colocar duas cores numa fonte, utilize em uma delas em 100%. Ex. 100% Cyan, 30% Magenta.
- Para os anúncios em P&B, certifique-se que todos os seus elementos estão em gray scale.
- Não recomendamos misturas de cores incluindo mais de 40% de preto



O trabalho de gerenciamento de cores teve início com a impressão controlada de um impresso teste acompanhado de leitura de densitômetro.

ORIENTAÇÃO GERAIS PARA FONTES

- O tamanho mínimo para fontes sem serifa com uma cor (100% preto/magenta/Cyan) é de 8 pontos. Não é recomendado usar 100% amarelo nas fontes.
- O tamanho mínimo para fontes sem serifa em duas cores é de 10 pontos, com serifa 12 pontos. Utilizar textos sem serifa vazados com corpo não inferior a 14 pontos. Não aconselhamos o uso de fontes com serifa vazados.
- Pequenos desvios no registro, de até 0,30 mm, são inevitáveis na impressão do jornal e não podem ser considerados como falhas de impressão. Porém, estes desvios fazem com que um texto vazado, de letra pequena e serifada (abaixo de 14pts), fique ilegível.
- Ao colocar mais duas cores numa fonte, utilize uma delas em 100%. Ex. 100% Cyan, 30% Magenta.
- Texto com mais de 100 caracteres devem ser diagramados no Indesign.
- Evite usar a “conversão em curva” para grandes massas de texto (com mais de 100 caracteres). Essa técnica pode deformar o desenho da letra, eliminar detalhes da fonte quando menor que 8 pontos e ocasionar a perda de detalhes em fontes com serifa.
- Jamais utilize a cor preta em um texto com especificações semelhantes a estas: 56% Cyan - 47% Magenta - 47%Yellow - 87% Black.

ORIENTAÇÃO GERAIS PARA FONTES

- Embora no monitor o resultado seja semelhante, na impressão pode haver uma variação de registro e o resultado serão filetes coloridos nas bordas dos textos comprometendo a qualidade final do impresso.
- Não usar fonte Light com corpo inferior a 14 pontos, principalmente sobre fundos chapados, reticulados e/ou fotos.
- Não usar texto com corpo inferior a 12 pontos em fundos com cores sólidas, com duas ou mais cores, ou sobre fotos.
- Os textos que compõem uma imagem devem ser criados e tratados separadamente das imagens e no modo de cor CMYK.
- No caso de fontes em preto, se for criado ou tratado com perfil RGB, quando forem convertidas, os textos ficarão compostos nas quatro cores. Portanto, é necessário tratar o texto novamente para limpar as demais cores e deixar no preto puro. Ou realizar limpeza das demais cores somente após a conversão.
- Recomendamos priorizar o uso de fontes sem serifa. Elas são fáceis de ler e são reproduzidas na impressão com mais clareza. Fontes com serifa possuem traços finos e delicados, quando com pouca espessura não são recomendados em razão da perda de definição na impressão. Fontes com três cores podem perder a definição e com a variação de registro podem ficar borradas.
- O Jornal Notícias do Dia não se responsabiliza pela clareza ou legibilidade de anúncios enviados com fonte pequenas com três cores.
- O texto em quatro cores nunca é recomendado.

FECHAMENTO DO ARQUIVO

- Não utilize uma medida de “hairline” menor que 0,25pts.
- Elimine todos os elementos que não pertencem à página, como, por exemplo, régua de controle e imagens não utilizadas e colocadas fora da área efetiva da página. Esses elementos podem causar erros de processamento ou interferir no aspecto final do anúncio. Apague os elementos que não serão usados e não cubra os mesmos com boxes brancos ou coloridos.
- Não use o recurso de cópia/cole (copy/paste) para imagens/logos no programa de finalização do anúncio. Prefira importar novamente os elementos.
- Nunca renomear arquivos após terem sido importados para o Indesign. Isso elimina o vínculo que o elemento/imagem inserido e o arquivo original. O resultado será a impressão do elemento/imagem em baixa resolução.

FECHAMENTO DO ARQUIVO

- Antes de fechar o arquivo não se esqueça de conferir se os links das imagens estão atualizados e que as mesmas estejam em CMYK. Também conferir as mensagens de erro oferecidas pelo Indesign que identificam textos fora do frame entre outros aspectos, antes de gerar o arquivo.
- O formato PDF permite a visualização parcial da qualidade do original. Sendo assim, não será possível avaliar se a imagem eventualmente tem problemas de resolução. Por isso, esteja certo da boa resolução da imagens e que elas estejam vinculadas ao arquivo original antes de gerar o PDF.
- Os anúncios produzidos para o Notícias do Dia não devem conter sangria ou qualquer elemento externo ao anúncio como escala de cores, marcas de corte ou informações do arquivo.
- Todas as fontes utilizadas na arte do anúncio devem ser incorporadas no arquivo. Quando isso não ocorre a pré-impessão pode ter uma visualização correta do anúncio na tela mas gerar uma chapa incorreta pela não identificação da fonte.

PROCEDIMENTOS PARA FECHAR O PDF

- O PDF/X-1a é um arquivo que empacota todos os dados criados a partir de algum software. É conhecido por ser um arquivo seguro e confiável, muito utilizado no fluxo de trabalho gráfico.
- A lineatura aplicada na produção da chapas para impressão do Jornal Notícias do Dia é de 116 LPI.
As normas básicas de impressão estabelecem uma relação entre LPI e DPI de 2X.
- Assim, considerando uma impressão em Rotativa e com papel jornal, todas as imagens e logotipos coloridos ou p&b, inseridos nos programas de layout, precisam estar configurados com resolução entre 200 a 300 DPIs. Uma resolução maior que 300 DPI é desnecessário e pesará no envio e no processamento final acarretando atrasos e/ou perdas de prazos para a produção na gráfica.

PROCEDIMENTOS PARA GERAR O PDF

- Elimine todos os elementos que não pertencem à página, como réguas de controle e imagens não utilizadas e colocadas fora da área da página. Esses elementos podem causar erros de processamento. Apague os elementos que não serão usados e não cubra os mesmos com boxes brancos ou coloridos
- Não use o recurso de cópia/cole (copy/paste) para imagens/logos no programa de finalização do anúncio. Prefira importar novamente os elementos.
- Nunca renomear arquivos após terem sido importados para o Indesign. Isso elimina o vínculo que o elemento/imagem inserido e o arquivo original. O resultado será a impressão do elemento/imagem em baixa resolução.
- Antes de fechar o arquivo não se esqueça de conferir se os links das imagens estão atualizados e que as mesmas estejam em CMYK. Também conferir as mensagens de erro oferecidas pelo Indesign que identificam textos fora do frame entre outros aspectos, antes de gerar o arquivo.
- O formato PDF permite a visualização parcial da qualidade do original. Sendo assim, não será possível avaliar se a imagem eventualmente tem problemas de resolução. Por isso, esteja certo da boa resolução das imagens e que elas estejam vinculadas ao arquivo original antes de gerar o PDF.
- Todas as fontes utilizadas na arte do anúncio devem ser incorporadas no arquivo. Quando isso não ocorre a pré-impressão pode ter uma visualização correta do anúncio na tela, mas gerar uma chapa incorreta pela não identificação da fonte.

CONFIGURAÇÕES PARA GERAR O PDF

Acrobat Distiller

- O arquivo deve ser convertido para o PDF/X-1a, pois esse formato permite maior segurança de que o resultado impresso foi aquele criado. Além disso, proporciona arquivos mais leves e menor tempo de processamento.
- O formato PDF é bem menor do que os Postscript (EPS, TIF e PS), utilizado anteriormente, sem comprometer a qualidade. Também permite ser aberto tanto num PC como no Mac.
- Ainda assim, o PDF vai embutir todas as informações geradas a partir do original, inclusive os problemas. Por isso é importante a conferência de todos os elementos do arquivo antes de gerar o PDF.



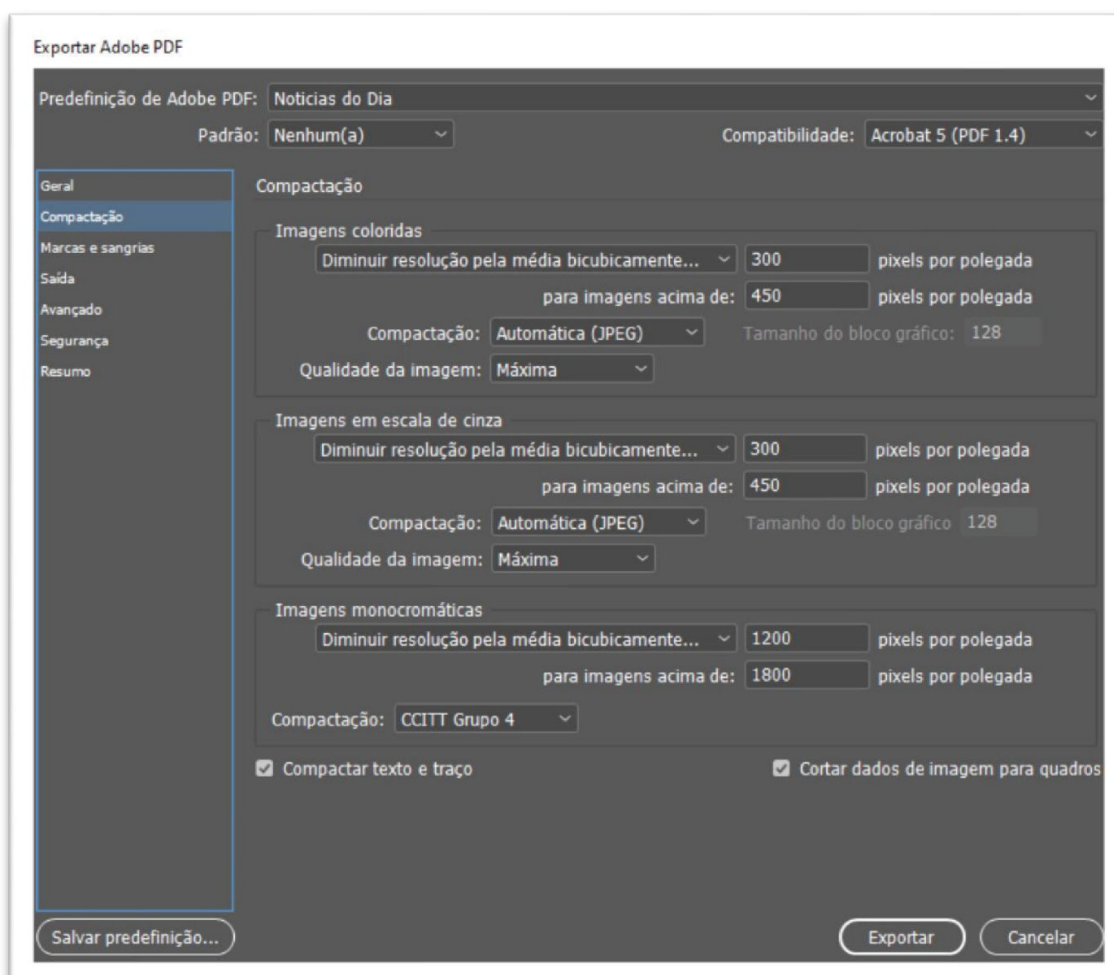
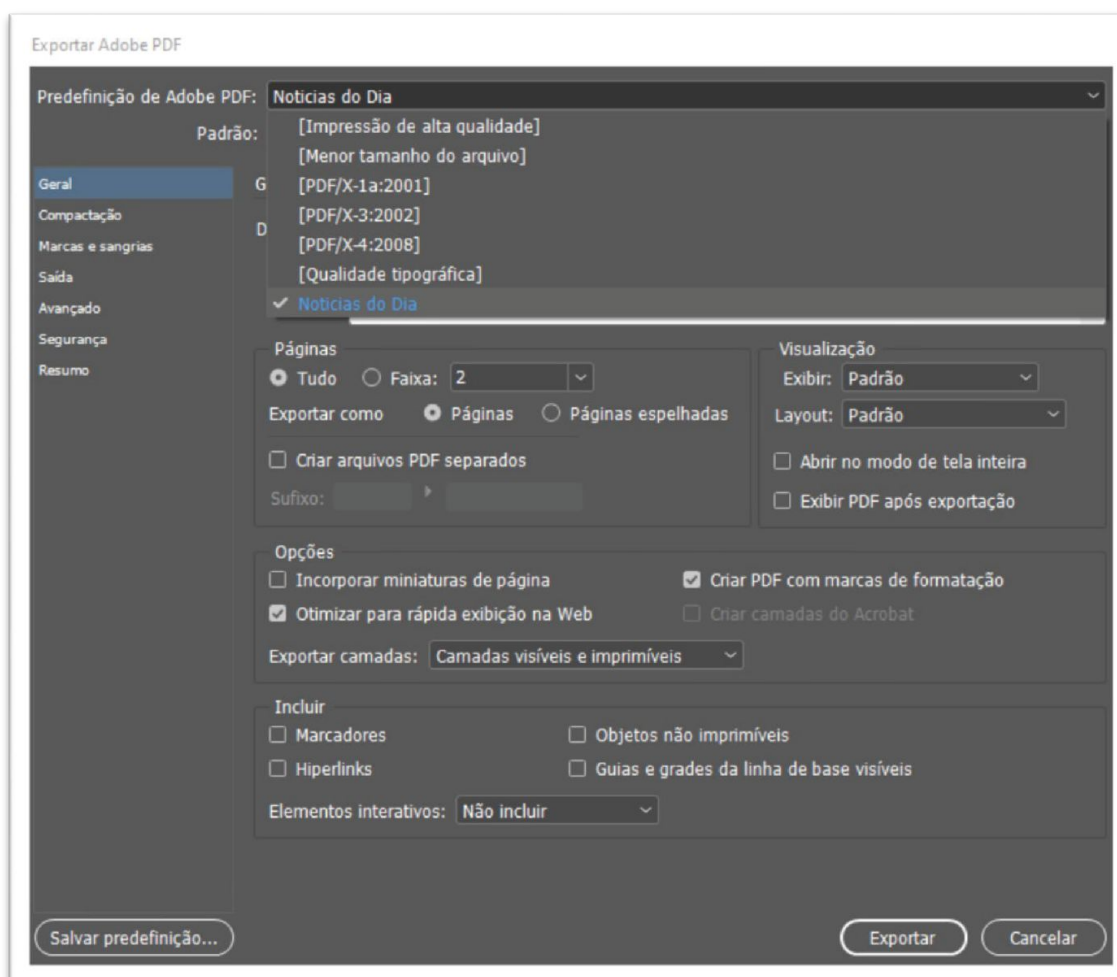
JORNAL ND | GUIA DE GERENCIAMENTO DE COR E FECHAMENTO

Gerenciamento de cor

Orientações importantes

Fechamento do arquivo

Envio



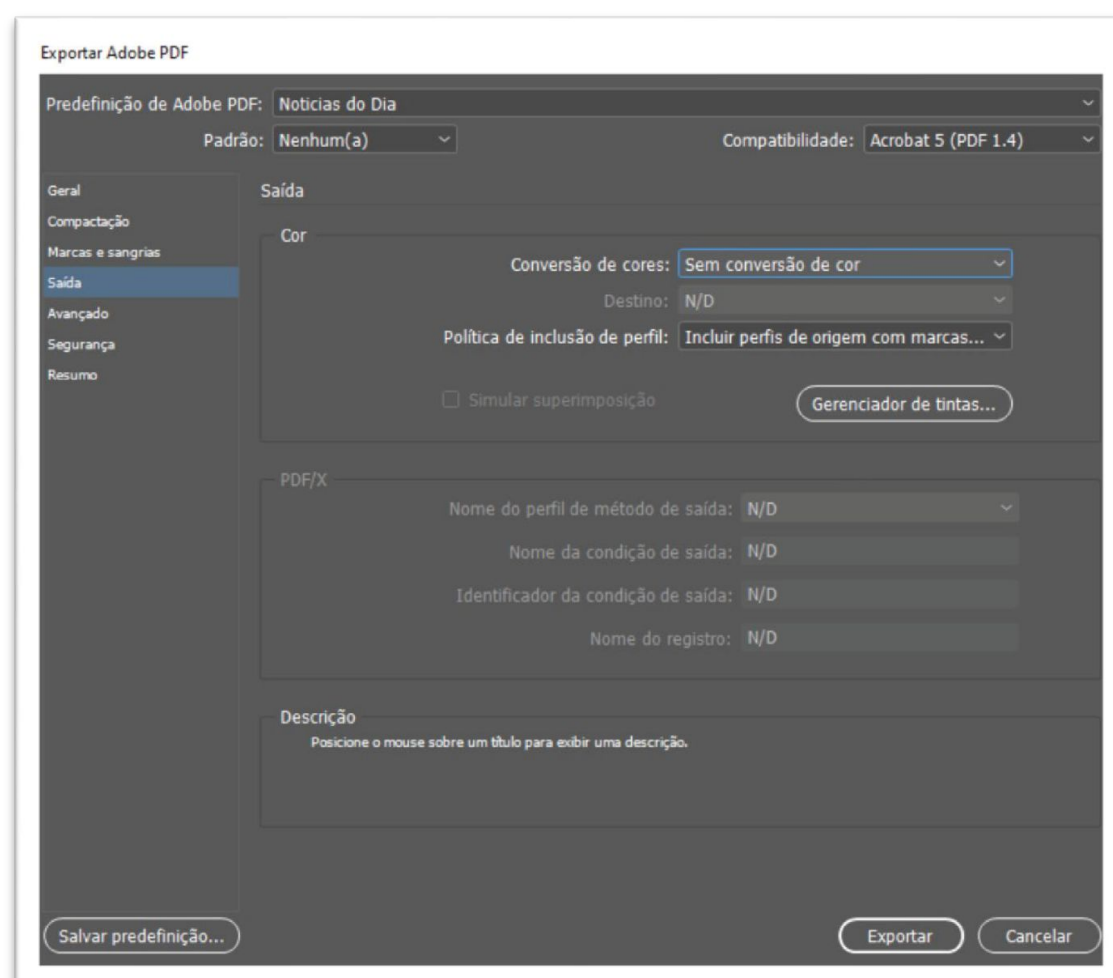
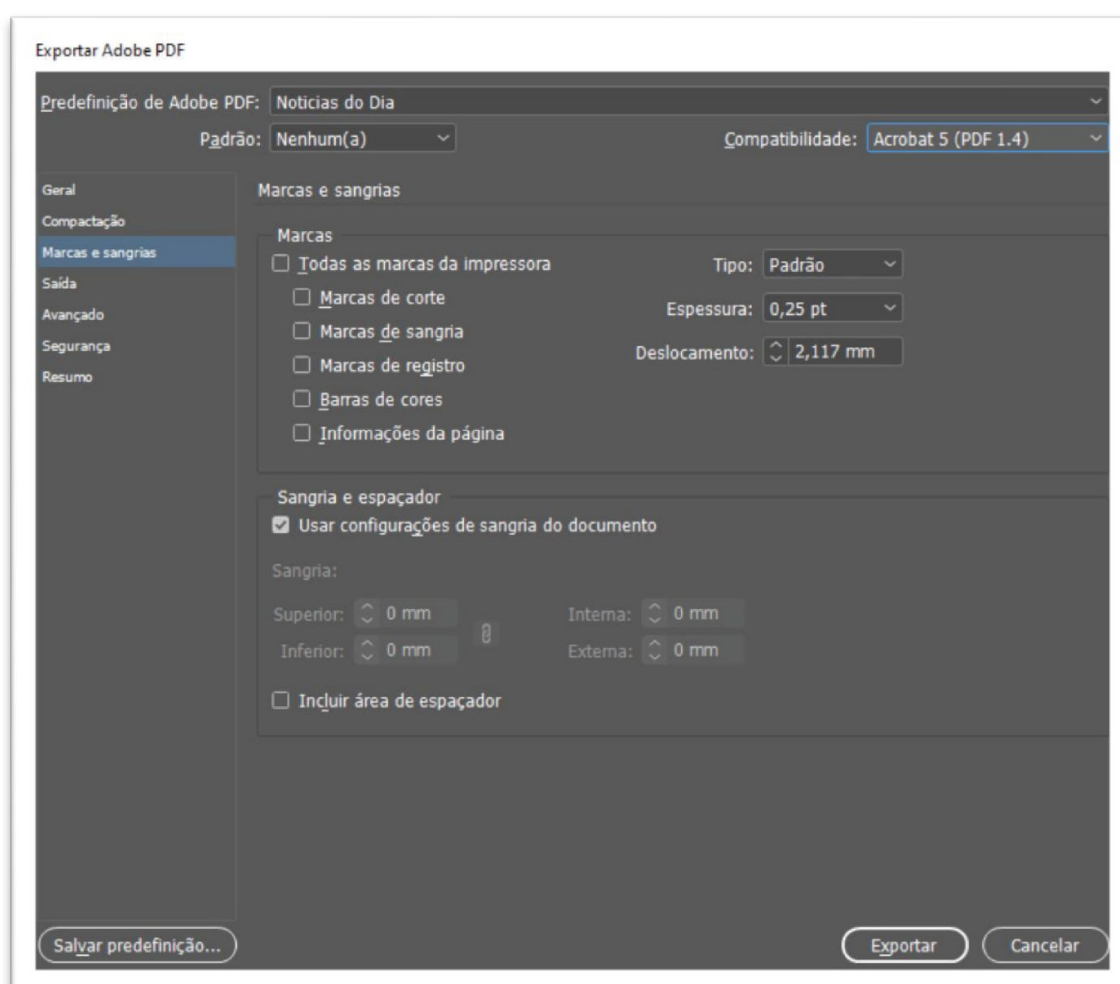
JORNAL ND | GUIA DE GERENCIAMENTO DE COR E FECHAMENTO

Gerenciamento de cor

Orientações importantes

Fechamento do arquivo

Envio



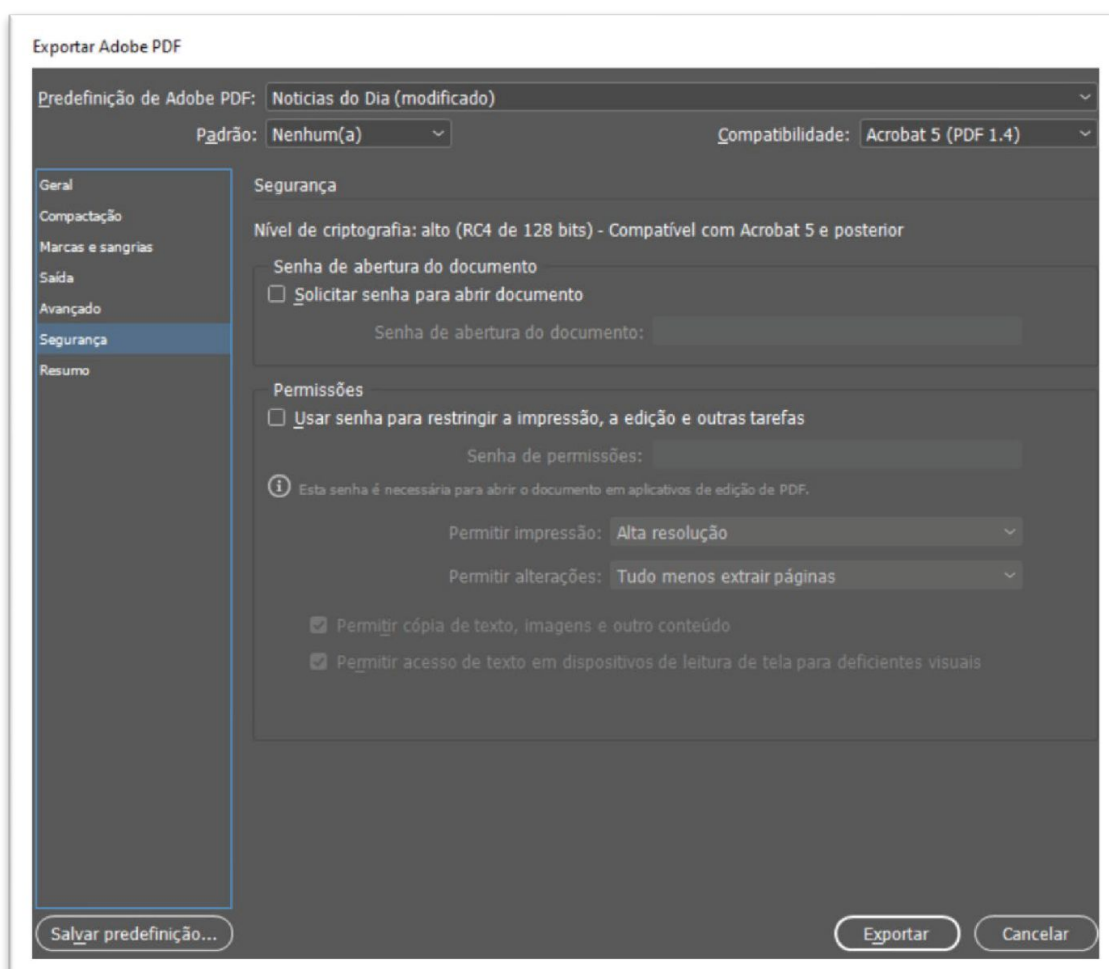
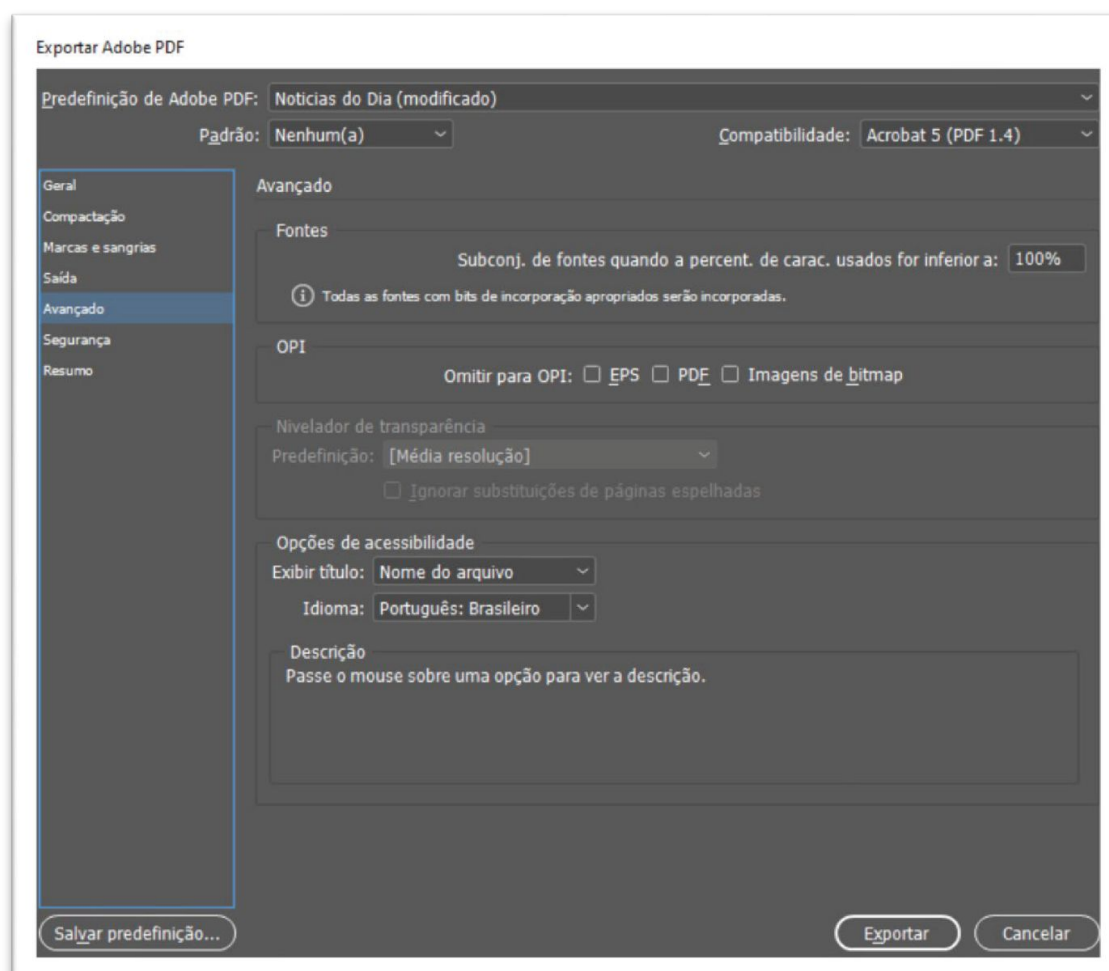
JORNAL ND | GUIA DE GERENCIAMENTO DE COR E FECHAMENTO

Gerenciamento de cor

Orientações importantes

Fechamento do arquivo

Envio



PROVA DO ANÚNCIO

- A cor do monitor não pode ser usada como referência por ser produzida por emissão de luz (RGB), enquanto a cor impressa é uma cor percebida através de uma reflexão de luz do "CMYK". O contraste num monitor é muito maior do que o contraste máximo (gamma) que pode ser obtido na impressão em papel jornal. O monitor consegue mostrar uma quantidade maior de tonalidades do que se consegue obter no jornal.
- Uma aproximação entre o que se vê no monitor e o resultado impresso no jornal pode ser obtida com a calibração do monitor. Sugerimos o serviço da empresa "Delta E" que foi responsável pela calibração do gerenciamento de cor na gráfica e na redação do ND.
- Entendemos que uma prova impressa do arquivo finalizado para a conferência do cliente é muito importante para verificar se todos os elementos estão presentes e corretos. Todavia essas impressões, tanto em P&B quanto em cores, não servem como referência. Isso ocorre pelos seguintes motivos:
 - Em razão do tipo de ponto usado na prova ser diferente do ponto da retícula gerado no CTP;
 - Pela diferença entre o ganho de ponto da impressora utilizada para gerar essa prova e o ganho de ponto obtido no jornal;
 - Pela diferença entre a cor do papel utilizado para impressão da prova e do papel do jornal;
 - Pela diferença entre as densidades das tintas utilizadas nos dois processos.

PROVA DO ANÚNCIO

- Além disso, a impressão laser em papel nem sempre mantém as porcentagens aplicadas. A maioria das impressoras laser apresenta um ganho de ponto de até 25%. Isso pode fazer com que as imagens e áreas reticuladas fiquem escuras e sem contraste. A formação e a densidade dos pontos de retículas de impressos a laser são muito finas nos tons de 20% e apresentam uma densidade insuficiente para serem reproduzidas.
- A maioria das provas enviadas aos jornais não atende a estas especificações e servem somente para verificação do conteúdo. Por essa razão, recomendamos fortemente o uso de paleta de cores e do perfil de cores do jornal para gerar o PDF.
- O Grupo ND está planejando a aquisição de equipamento e tecnologia para simular o resultado em papel jornal atendendo as especificações que simulam o ganho de ponto e a gamma de cores alcançada na gráfica parceira do Grupo ND.

ENVIO DO PDF PARA O JORNAL

- Serão aceitos anúncios apenas na **extensão PDF com 300dpi de resolução**.
- Cada arquivo PDF deverá conter apenas um anúncio.
O nome do arquivo em PDF deverá identificar o nome da agência, o nome do anúncio e o número da OP. Ex:
"neopub_superbarato_OP20210814.dpf".
- Sugerimos padronizar os nomes de arquivos em letras minúsculas com separação com "underline" ("_"). Não utilize caracteres especiais (espaços, cedilha, @, -, #, %, &, /, ?, etc.).
- Ressaltamos a importância de seguir as recomendações elencadas.
- Os anúncios produzidos para o Notícias do Dia não devem conter sangria ou qualquer elemento externo ao anúncio como escala de cores, marcas de corte ou informações do arquivo.
- A Editora não se responsabiliza por eventuais erros de layout e de conteúdo dos anúncios, pois a responsabilidade pela conferência e pela produção do mesmo é da agência.
- Todo material produzido pelas agências de publicidade que for preparado para impressão no Notícias do Dia deve ser enviado para **opec@ndmais.com.br**
- Importante ressaltar que nesse processo o simples envio dos arquivos não significa que ele foi recebido. Assim, sempre cobre uma confirmação de recebimento. Esse procedimento é necessário para evitar qualquer tipo de falhas de comunicação, não importando se de técnica ou humana.

PORTAL ND+

ENVIO DE ANÚNCIOS

MÍDIA DISPLAY | FORMATOS ESPECIAIS | PUBLIEDITORIAL | PRE-ROLL | ENVIO

DIGITAL | PORTAL ND+

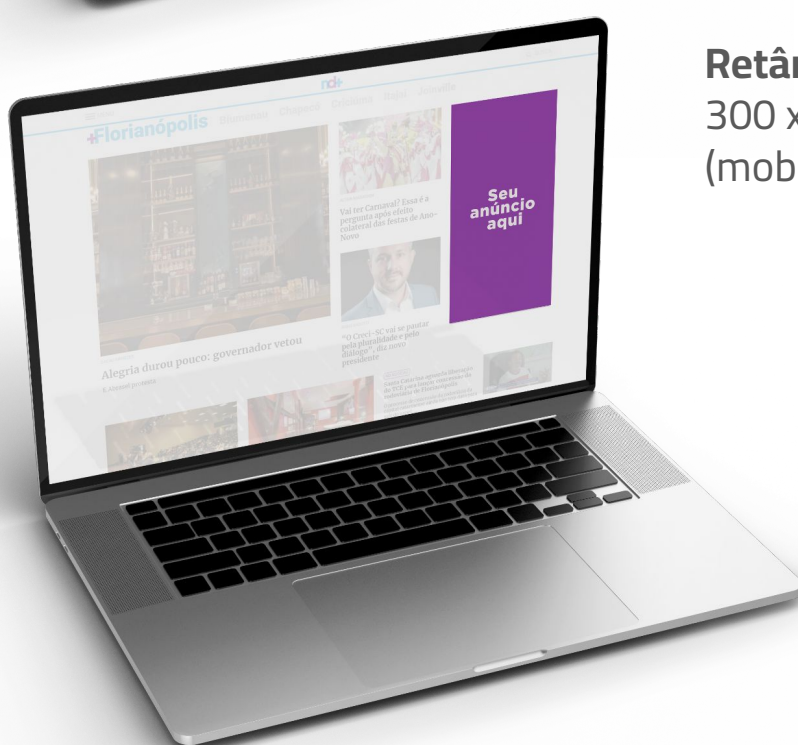
Mídia Display Formatos especiais Publieditorial Canal Exclusivo Chamada na Capa Pre-Roll

MÍDIA DISPLAY

É uma forma de oferecer um produto ou serviço através da exibição de anúncios em todo portal ND+, com a possibilidade de geolocalização.



Retângulo Médio Expansível 01
160 x 600 pixels
(mobile e desktop)



Retângulo Médio Expansível 02
300 x 600 pixels
(mobile e desktop)

Peso máximo	150 kb;
Extensões permitidas	JPG, GIF e PNG;

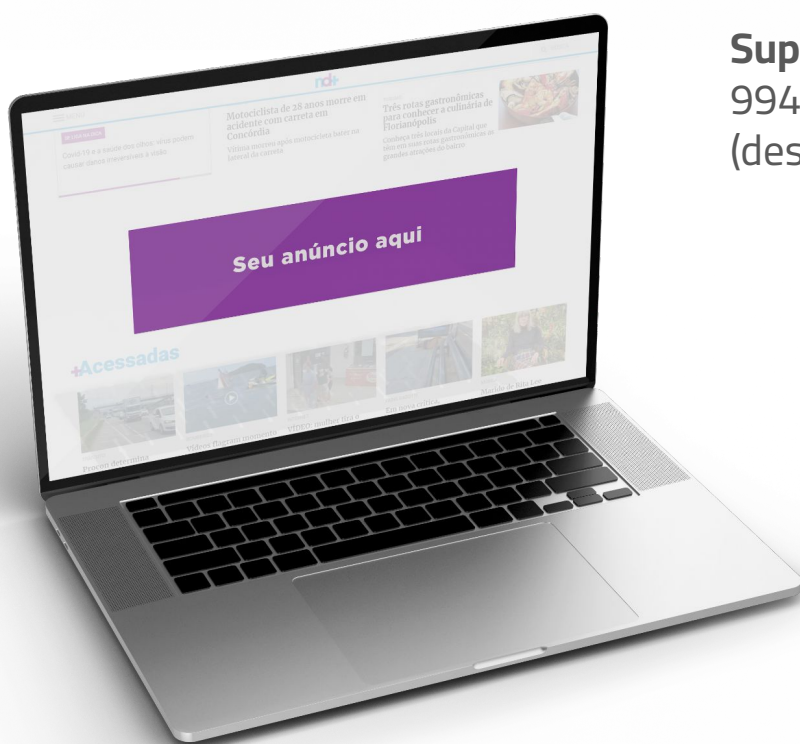
DIGITAL | PORTAL ND+

Mídia Display Formatos especiais Publieditorial Canal Exclusivo Chamada na Capa Pre-Roll

MÍDIA DISPLAY



Superbanner 01
970 x 250 pixels
(desktop)



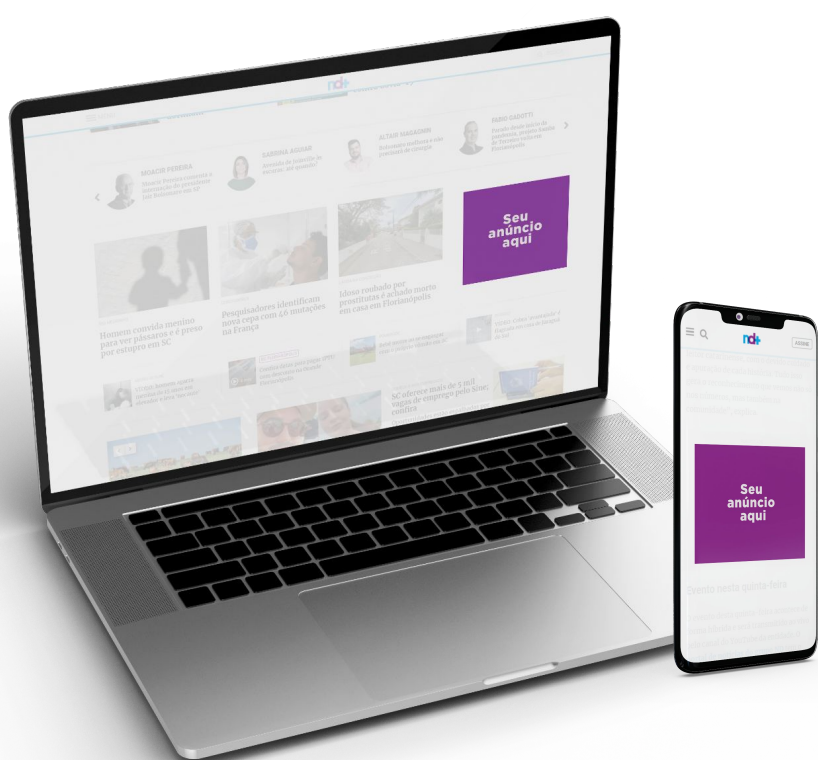
Superbanner 02
994 x 90 pixels
(desktop)

Peso máximo	150 kb;
Extensões permitidas	JPG, GIF e PNG;

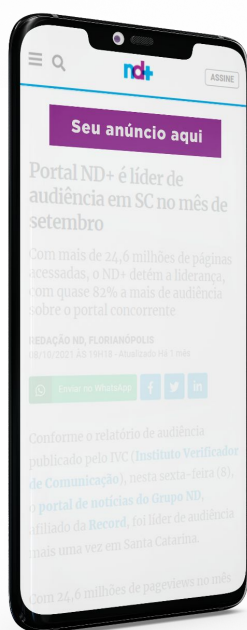
DIGITAL | PORTAL ND+

Mídia Display Formatos especiais Publieditorial Canal Exclusivo Chamada na Capa Pre-Roll

MÍDIA DISPLAY



Retângulo Médio
300 x 250 pixels
(mobile e desktop)



Superbanner 03
320 x 50 pixels
(mobile)

Peso máximo	150 kb;
Extensões permitidas	JPG, GIF e PNG;

MÍDIA DISPLAY

Superbanner 01	970 x 250 pixels
Superbanner 02	994 x 90 pixels
Superbanner mobile 03	320 x 50 pixels
Retângulo médio expansível 01	160 x 600 pixels
Retângulo médio expansível 02	300 x 600 pixels
Retângulo médio fixo	300 x 250 pixels

Peso máximo	150 kb;
Extensões permitidas	JPG, GIF e PNG;

Para geolocalização da mídia display, é necessária a conferência do inventário através do e-mail para **digitalestado@ndtv.com.br**;

Para patrocínio nos colunistas, é necessário o envio da solicitação para **digitalestado@ndtv.com.br**;

A geolocalização da mídia é feita com base no endereço de IP do dispositivo ou rede que o usuário está acessando. Caso o IP seja de outra região, não pertencente a campanha, o usuário não será impactado.

FORMATOS ESPECIAIS

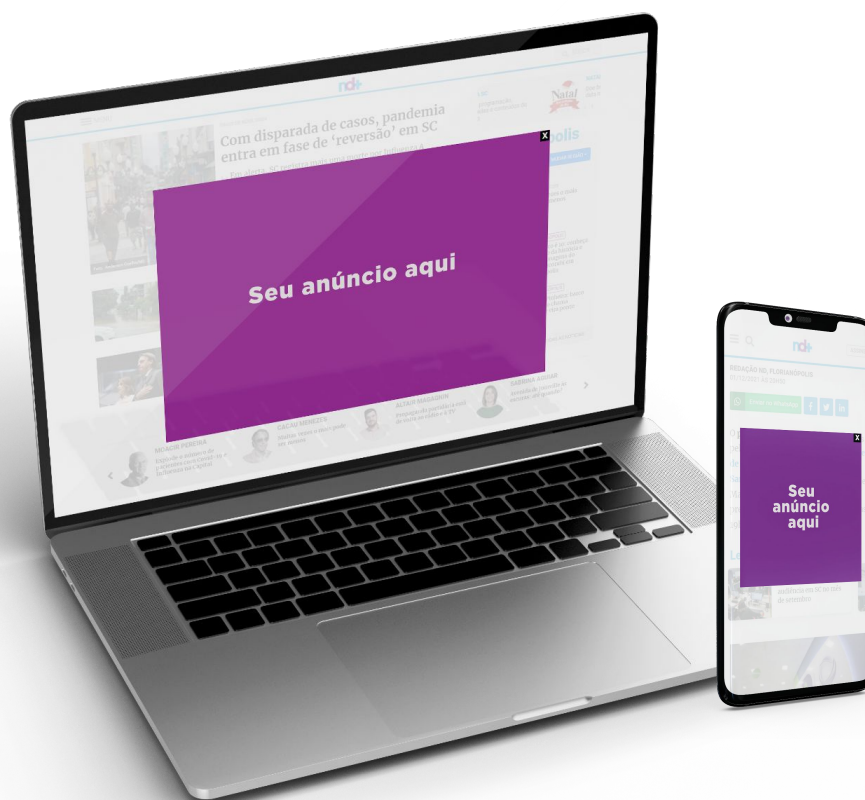
FULLSCREEN

Um anúncio de alto impacto no Portal ND+

O formato exibe um criativo de página inteira, garantindo visibilidade máxima e engajamento da sua marca no portal ND+.

O formato fullscreen é exibido a cada 30 minutos para os usuários que estão navegando no portal e clicam em um link interno.

Na abertura da nova página o banner é carregado e exibido, garantido uma experiência otimizada



Tipo do arquivo	JPG, PNG e GIF
Peso máximo	1M
Desktop	1920x1080px
Mobile	720x1280px ou 720x720px

FORMATOS ESPECIAIS

SUPERBANNER DE IMPACTO

Formato fixo no cabeçalho do Portal ND+

O seu criativo ficará fixo na página de conteúdo na parte superior ou inferior da tela, garantindo desempenho, visibilidade e engajamento.



Tipo do arquivo	JPG, PNG e GIF
Peso máximo	1M
Desktop	970x90px
Mobile	320x50px

FORMATOS ESPECIAIS

RETÂNGULO EM VÍDEO

Um formato dinâmico no portal ND Mais

O retângulo em vídeo possibilita ao anunciante a inclusão de um vídeo de até 60 segundos no formato display.



Extensão	MP4
Peso máximo	10M
Dimensões	1280x720

PUBLIEDITORIAL

7 dias, 30 dias e Unitário

Um formato dinâmico no portal ND Mais

Publieditorial é uma excelente ferramenta de marketing para empresas que querem atingir uma ampla gama de público.

Os formatos de 7 e 30 dias são pacotes de alta performance, que impulsionam o conteúdo e marca do cliente de forma estratégica. Esses pacotes possuem mídia de divulgação, exclusiva, recomendação e patrocínio dos criativos exclusivos junto ao conteúdo.

O **formato unitário** são para as empresas que optam pela publicação do conteúdo no portal ND Mais, sem estratégias de divulgação.

PUBLIEDITORIAL

- A produção dos conteúdos já está incluso nos formatos: Publieditorial Unitário, Publieditorial 7 dias e Publieditorial 30 dias;
- A quantidade máxima de palavras por conteúdo é de 1.500;
- A equipe do Branded Studio ND sempre enviará o conteúdo para aprovação do cliente antes da publicação;
- O cliente poderá solicitar até duas revisões após o envio do conteúdo;
- Após a publicação, o conteúdo não poderá ser editado;
- A publicação do conteúdo pode levar até 2 dias úteis após o envio ou aprovação por parte do cliente;
- O tempo de produção do conteúdo é de até 3 dias úteis;
- A publicação do publieditorial acontece mediante a entrega de todos os materiais;
- O pedido de inserção (PI) deve ser realizado para a EDITORA NOTÍCIAS DO DIA;
- Enviar o pedido de inserção, assim como, mídia exclusiva do cliente nos 6 formatos para: digitalestado@ndtv.com.br;

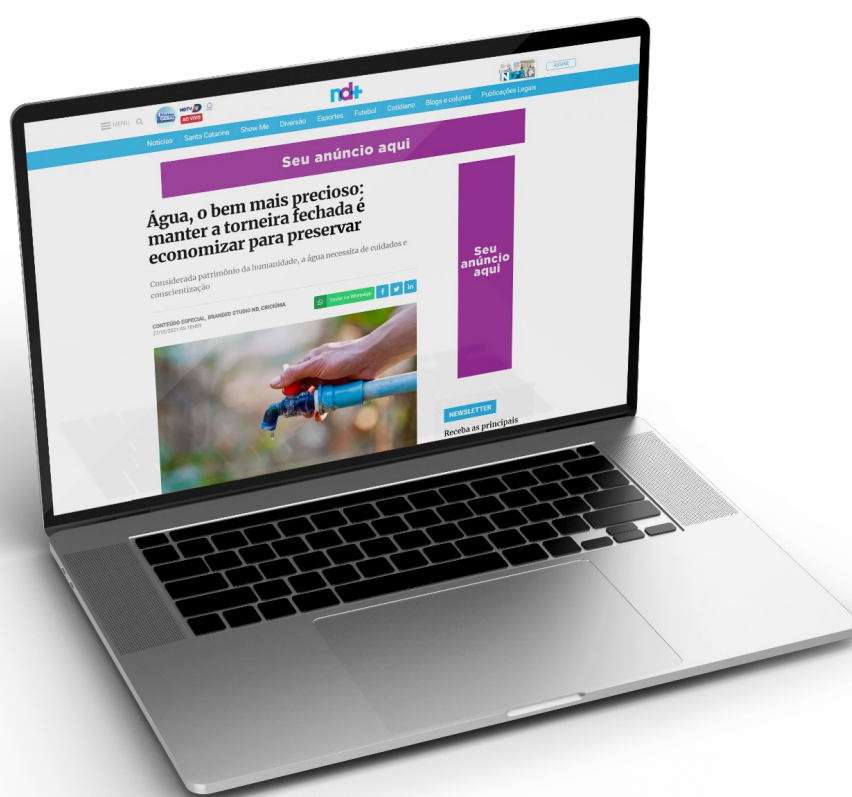
PUBLIEDITORIAL

- A produção da mídia exclusiva é responsabilidade do cliente, assim como o topo do canal exclusivo (Publieditorial 30 dias);
- A mídia de patrocínio fica disponível durante o período do publieditorial contratado, ou seja, 7 ou 30 dias. Após esse período, outras mídias entrarão junto ao conteúdo;
- O valor de impulsionamento no Facebook é de R\$ 30,00;
- Não é permitida a utilização das redes sociais para outra ação. A entrega é exclusiva para o publieditorial;
- Os conteúdos produzidos pelo Branded Studio ND são assinados da seguinte forma: CONTEÚDO ESPECIAL, BRANDED STUDIO ND, CIDADE;
- Os conteúdos enviados pelo cliente são assinados da seguinte forma: CONTEÚDO ESPECIAL, NOME DO CLIENTE, CIDADE;
- O pós-venda é entregue 5 dias após a finalização das mídias de divulgação, para os publieditoriais de 7 e 30 dias;
- O pós-venda unitário será entregue 5 dias após a publicação;
- Os pacotes de publieditorial de 7 ou 30 dias não podem ser fracionados.

PATROCÍNIO

Sua mídia exclusiva junto com o seu conteúdo

Para os publieditoriais de 7 dias e 30 dias, você terá a sua mídia display exclusiva acompanhando o seu conteúdo. Ela ficará ativa por 7 ou 30 dias, dependendo do período do pacote adquirido.



Aconselhamos você a fazer uma mídia display atrelada ao seu conteúdo, com texto e cores atrativos e diretos.

E não esqueça do botão, ou CTA (Call to Action), como um "Clique aqui" ou "Saiba Mais", por exemplo.

CANAL EXCLUSIVO

Deixe o seu conteúdo organizado em uma área exclusiva dentro do portal ND Mais

É um espaço dentro no portal ND Mais destinado ao cliente. Nele, é possível criar um nome e também inserir um topo de página temático.



Extensão	MP4 ou MOV
Dimensões	1286x360

CHAMADA NA CAPA

Seu conteúdo em um espaço nobre no portal ND Mais

A chamada na capa é o seu conteúdo em destaque na home do portal ND Mais. É um formato nobre, já que o publieditorial divide o espaço com os conteúdos editoriais.

A chamada na capa pode ser programada até o dia seguinte da publicação do conteúdo, e seu tempo na home do portal ND Mais é de 2 horas.



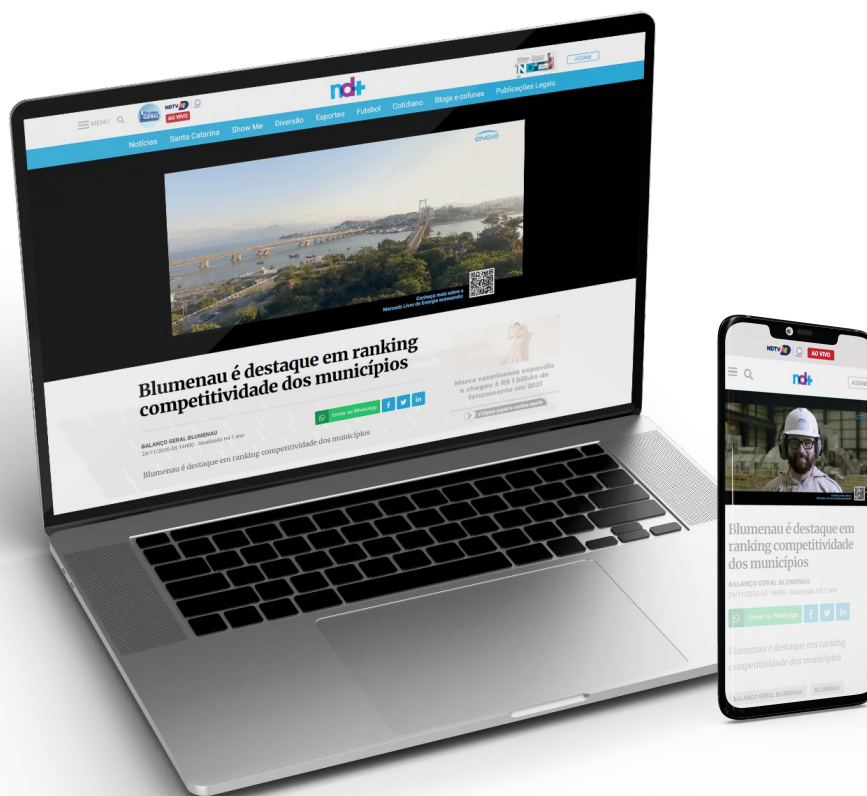
DIGITAL | PORTAL ND+

Mídia Display Formatos especiais Publieditorial Canal Exclusivo Chamada na Capa **Pre-Roll**

PRE-ROLL

Seu vídeo nas principais matérias no Portal ND Mais

São vídeos de 15 ou 30 segundos que antecedem as matérias dos nossos principais programas da NDTV | Record TV e Record News SC.



Prazo de envio do material: 2 dias de antecedência a veiculação;

É liberada a escolha do programa para inserção;

O formato é inserido em matérias aleatórias, não sendo permitida a escolha do conteúdo;

O programa "A Hora da Venenosa" não possui este formato;

O pre-roll ficará disponível na matéria após o período de veiculação, não sendo permitida a exclusão;

Extensão	MP4 ou MOV
Proporção	16:9
Dimensões	1280x720



REDES SOCIAIS

ENVIO DE ANÚNCIOS

MERCHAN POST

ORIENTAÇÕES

MERCHAN POST

Um influenciador do Grupo ND falando sobre o seu negócio

O merchan post é um excelente formato para você que busca um dos nossos influenciadores falando sobre a sua empresa, produto ou serviço. Possui um formato dinâmico e não panfletário, já que os nossos influenciadores engajam e conversam com os usuários das redes sociais de forma espontânea.



REDES SOCIAIS

Compartilhamento do conteúdo no Instagram e Facebook do ND Mais

Utilizamos as redes sociais para compartilhamento do seu conteúdo. Essa estratégia garante mais alcance e acessos ao seu publieditorial.

O compartilhamento acontece no Facebook do portal ND Mais, com impulsionamento de R\$ 30,00, e no Instagram, através do story.



REDES SOCIAIS

- A linguagem das redes sociais deve ser descontraída, rápida e de fácil entendimento;
- Tenha cuidado ao formular textos panfletários/comerciais em excesso; O foco deve ser sempre informativo.
- Prazo de publicação: dois dias após o envio do material;
- Os preços apresentados para a entrega "Facebook (feed)" é para uma inserção com tempo máximo de 59 segundos na vertical;
- Os vídeos para o Facebook devem possuir uma dimensão de 1280 x 720 pixels;
- Os preços apresentados para a entrega "Instagram (story)" é para uma inserção com tempo máximo de 15 segundos na horizontal;
- Os vídeos para o Instagram (story) devem ter o tamanho de 1080 x 1920 pixels;
- Para inclusão de influenciador no merchan post, é necessário a venda mínima de R\$ 5.000 em produtos digitais;
- É pago ao influenciador 20% de cachê para cada ação realizada;
- Não é permitido a gravação de merchan post, ou qualquer tipo de ações nas redes sociais com clientes/influenciadores que não pertencem do Grupo ND, exceto projetos especiais da casa;
- Apresentadores do BG não podem sair da emissora para gravar merchan post;
- As gravações não podem ocorrer fora do expediente de trabalho;
- A gravação do merchan post com influenciadores é permitida dentro das dependências do Grupo ND, exceto, estúdios de gravação;
- O programa Hora da Venenosa não possui Facebook, apenas Instagram.

