

# I - PROCEDIMENTOS PARA AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E/OU ANUNCIANTES

**a) a) Documentação:** É imprescindível que todo e qualquer anunciante e/ou agência que deseje veicular na TV GAZETA envie sua documentação, com até 3 (três) dias úteis de antecedência da primeira veiculação, para aprovação de crédito pela área financeira. Somente após a aprovação, será possível efetivar a reserva de espaços. Salientamos que também deverá ser encaminhada a carta de credenciamento original devidamente assinada.

\*Agências/anunciantes que não veiculam há mais de 6 meses devem apresentar documentos atualizados para renovação do crédito.

**b) Consulta e reserva:** Os mapas de programação estão sujeitos a alterações, tendo em vista a demanda que ocorre simultaneamente, sendo indispensável a consulta prévia sobre a disponibilidade de encaixe, por meio dos contatos credenciados. Toda comercialização deverá ser realizada mediante aprovação prévia de crédito.

**c) Mapas e autorizações:** Os mapas e/ou autorizações devem ser legíveis e originais (fax, cópias, e-mails não têm validade legal), devidamente assinados pelo representante legal da empresa (anunciante/agência) e com carimbo de identificação de CN.

É fundamental que os dados cadastrais da agência/anunciante estejam completos e corretos.

Não serão aceitos mapas e/ou autorizações feitos a lápis, rasurados, com ressalvas ou emendas.

Nos mapas e/ou autorizações deverá constar, além dos dados cadastrais, endereço para cobrança e remessa de documentos, programa e período de veiculação, produto, título do material, secundagem, quantidade de inserções, custo do programa e custo total.

Os mapas e/ou autorizações deverão ser entregues separados por mês, por praça e/ou mercado.

**d) Cancelamentos:** Todo e qualquer cancelamento de autorização somente será aceito, por escrito, até o 3º dia útil antes da veiculação. Os comerciais e ações programados nos 2 (dois) dias anteriores serão faturados sem crédito.

**e) Substituição:** Nos casos de mapas e/ou autorizações de CANCELAMENTO E SUBSTITUIÇÃO, deverá sempre ser mencionado o documento anterior destacando a data de sua emissão. Os mapas sem essa informação serão tratados e faturados normalmente, ficando o veículo isento de qualquer responsabilidade. É aconselhável anexar cópia do documento cancelado e substituído.

#### **f) Prazos de entrega:**

· **Mapas Reservas:** 05 (cinco) dias úteis de antecedência para qualquer praça/mercado.

· **Autorizações:** Substitui a reserva – 01 (um) dia útil antes do início da veiculação.

\*Quando existir mais de uma agência e/ou anunciante envolvido na veiculação, a RESERVA poderá ser feita por uma única agência e/ou anunciante, porém a autorização deverá vir separada por agência e/ou anunciante.

· **Material de exibição:** O prazo mínimo para entrega do material é de 03 (três) dias úteis de antecedência da data da primeira exibição. Os materiais como filmes, fitas de vídeo e outros permanecerão arquivados e à disposição pelo prazo de 60 (sessenta) dias após o término da veiculação. Após esse prazo serão inutilizados. Nos casos de geração de material via satélite, as fitas serão automaticamente apagadas após 60 (sessenta) dias consecutivo sem veiculação.

Os títulos dos comerciais deverão ser fornecidos quando realizada a compra da mídia. Não sendo possível, os mapas de programação deverão ter legendas de cada inserção programada, que devem ser substituídas dentro dos prazos estipulados.

O prazo para substituição de material é de 03 (três) dias úteis para qualquer praça, sendo obrigatório estar acompanhado de ordem por escrito com informação da praça de veiculação.

O material que não estiver dentro dos padrões de qualidade da GAZETA, e não for substituído dentro dos prazos acima, não será exibido e sua programação será faturada sem crédito.

**g) Alterações de programação:** A GAZETA reserva-se o direito de alterar horários e títulos de programas em função de motivos de ordem mercadológica ou outros. Não havendo mudança de gênero do programa, serão obedecidos o dia e a faixa horária reservada. Caso contrário, as agências/anunciantes serão consultados.

Caso um programa de linha venha a ser substituído por um evento ou programa especial, será adotado um dos procedimentos a seguir:

- Exibição do comercial no evento em substituição ao programa cancelado.
- Compensação posterior pelo valor da exibição em outros programas.
- Abatimento na fatura, do valor da veiculação.

Os horários constantes na programação são padronizados, podendo haver variação de aproximadamente 40 minutos a mais ou a menos. No caso de solicitação de rede obrigatória por parte do Governo, a programação será atrasada sem prejuízo às autorizações de veiculação. Nesse caso, não serão aceitas deduções.

**h) Comprovantes de exibição:** Serão fornecidos comprovantes de acordo com as autorizações.

**i) Falhas de exibição:** Sendo confirmado que houve falha em um prazo de até 30 (trinta) dias após a última veiculação, será adotada a compensação no mesmo programa em nova data ou outro programa de igual valor.

OBS.: Falhas de exibição por falta de material ou material com problemas técnicos serão faturadas sem crédito.

**j) Créditos em espaço:** Os créditos deverão ser utilizados no prazo máximo de 60 dias após o mês de veiculação originalmente reservado, findo o qual ocorrerá o cancelamento automático do mesmo.

OBS.: Deverá constar da autorização o número da carta de crédito em espaço, sem o qual não será aceito.

**k) Condições de pagamento:** 15 dias fora o mês, mediante aprovação prévia.

## II - LEGISLAÇÃO

**a) Auto Regulamentação:** A Gazeta atenderá as recomendações do CONAR – Conselho Nacional de Auto Regulamentação Publicitária, suspendendo a exibição de comerciais que infringirem seus códigos de auto-regulamentação.

**Código de Proteção e Defesa do Consumidor:** Por determinação desse código, o material a ser exibido deverá identificar o anunciante responsável pela mensagem publicitária, de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, o identifique. Pelo Código de Defesa do Consumidor, um comercial pode ser suspenso caso seja julgado enganoso ou abusivo.

A veiculação suspensa será faturada normalmente sem crédito, podendo o anunciante substituir o comercial impedido de veiculação.

### **b) Produtos sujeitos à regulamentação especial**

**Registro Anvisa:** Todos os produtos que estiverem sujeitos à regulamentação da ANVISA, deverão enviar a GAZETA, uma embalagem ou um rótulo legível para identificação da autorização e, uma cópia da página da internet (site ANVISA) confirmando o registro do produto e seu prazo de validade.

**Fitoterápicos:** Necessita de comprovação científica, além da documentação da ANVISA.

## III - COMERCIAL NO BREAK:

**a) Comerciais múltiplos:** Considera-se todo comercial que promova mais de um produto, serviço, empresa ou marca em áudio ou vídeo. Caso ocorra será cobrado um adicional de 30% no preço da faixa horária. Os comerciais de varejo ficam isentos dos custos adicionais se a alusão aos produtos, serviços, marcas ou empresas se restringir a indicação das marcas e ofertas.

OBS.: Não serão considerados múltiplos os comerciais que apresentarem a assinatura da agência de propaganda.

**b) Colocação Determinada:** Estes comerciais sofrerão acréscimo de 30% no preço da faixa horária.

**c) Concursos e Promoções:** Considera-se um comercial promocional todo aquele que, fizer alusão a outras empresas, marcas e serviços em uma promoção ou concurso. Quando isso ocorrer, será cobrado um adicional de 15% sobre o valor do comercial.

**d) Comunicados:** Deverá haver consulta prévia a área comercial da emissora.

**e) Comerciais Colados:** Se o número de comerciais solicitados no mesmo programa for maior que o número de “breaks”, a GAZETA tentará programá-los para não serem exibidos em sequência, mas reserva-se o direito de exibí-los dessa forma quando não houver outra possibilidade.

**f) Comercial chamado:** As ações de merchandising poderão, eventualmente, serem acompanhadas de um comercial do anunciante. Esta ação requer consulta prévia de disponibilidade e adequação. A valoração desses comerciais deve obedecer às condições básicas de comercialização para o mercado nacional, acrescidos de 50% e, pagamento de cachê para o apresentador.

**g) Comerciais de Produtos Concorrentes:** A GAZETA procura colocar as mensagens de produtos concorrentes em intervalos diferentes, no entanto, nos casos em que houver mais comerciais concorrentes programados que intervalos para veiculação separada, a GAZETA reserva-se o direito de exibí-los no mesmo intervalo, tentando separá-los por outros materiais. Solicita-se assim que as agências/anunciantes informem sempre com antecedência quais comerciais devem ser veiculados.

**h) Comerciais Rotativos:** Serão programados pela OPEC da emissora dentro da faixa horária. Estes comerciais serão os últimos a serem encaixados no roteiro.

**i) Duração de comerciais e fatores de conversão:**

Comercial de 60" = 2,00 x 30".

Comercial de 45" = 1,50 x 30".

Comercial de 15" = Conforme descrito na coluna “F.Con” da tabela de preços 30”.

Comercial de 10" = 0,50 x 30”.

Comercial inferior 10" = Sob consulta.

**j) Material:** Beta analógica, Beta Digital, HDCAM, Cartão P2 ou via web, através das empresas AdstreamSamba e Zarpa Media.

## IV- MERCHANDISING:

**a) Conceito:** Formato comercial que permite a inserção de produto, serviço ou marca adequando-o às características de cada programa. Caracteriza-se por uma clara percepção por parte do telespectador, somada à adequação ao contexto do programa no qual a ação será veiculada, proporcionando assim baixos índices de dispersão.

**b) Normas e procedimentos:** Serão veiculadas apenas as ações de merchandising que estiverem em conformidade com as normas de comercialização da GAZETA, bem como de acordo com as regras estabelecidas pelos órgãos regulamentadores.

\*Todos os produtos, serviços ou marcas em ações de merchandising na GAZETA deverão estar rigorosamente enquadrados dentro das normas estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor.

*O não comparecimento no dia e horário marcado implicará em faturamento sem direito a crédito.*

**c) Cachês:** Os cachês dos apresentadores não estão incluídos no valor das ações de merchandising. Os dados de faturamento do cachê deverão ser obtidos diretamente com os apresentadores e são expressos em valores líquidos.

\*Sobre o valor do cachê não incide comissão de agência.

**d) Exibição:** As ações de merchandising serão programadas em rodízio dentro do programa. Veiculações esporádicas em faixas horárias determinadas poderão ser executadas, mediante consulta prévia ao veículo.

**e) Multiplicidade:** Considera-se multiplicidade a ação que promova mais de um produto, serviço, empresa ou marca em áudio ou vídeo. Caso ocorra, será cobrado um adicional de 30% sobre o valor da ação. Toda ação que envolva mais de um produto, marca ou serviço, deverá ter aprovação prévia da área comercial da emissora.

**f) Concorrência de seguimento:** Caso a agência/anunciante não tenha adquirido a exclusividade no segmento, fica ciente de que os concorrentes poderão ter seus produtos, serviços ou marcas veiculados no mesmo programa, durante o mesmo período.

**g) Colocação determinada:** Sujeita a consulta e aprovação prévia. Os valores das ações de merchandising determinada, sofrerão acréscimo de 100% no preço da faixa horária.

**h) Colaborador:** Alguns formatos de ações permitem a participação de um colaborador (merchandete), que deverá estar nos estúdios dos programas, com pelo menos 30 minutos de antecedência ao horário informado pela emissora. Caso não haja informação de horário, o colaborador deverá estar nos estúdios, 30 minutos antes do início do programa. O não cumprimento desses prazos implicará no cancelamento automático da veiculação e faturamento sem crédito.

**i) Material e prazo para veiculação de merchandising:**

- **Produto:** Dois dias antes da ação até às 12h.
- **Logotipo para photo insert em G.C. ou imagem para o plasma:** Dois dias antes da ação até às 12h.
- **G.C. :** Dois dias antes da ação até às 12h. Não será permitida qualquer alteração no dia.
- **Texto para testemunhal:** Dois dias antes da ação até às 12h.
- **VT ilustrativo para testemunhal:** Dois dias antes da ação até às 12h.
- **Nome do merchandete e acompanhante:** Dois dias antes da ação até às 12h.

Todo e qualquer material e/ou produto utilizado pelos clientes nas ações de merchandising deverão ser retirados da emissora em até 15 dias após a última ação de merchandising. Caso os produtos não sejam retirados, os mesmos serão descartados automaticamente.

**j) Banner/display para o estúdio: não são aceitos.**

**k) Mesa Redonda:** Para este programa o prazo encerra-se na quinta-feira anterior à ação, as 12h.

**l) Especificação técnica dos materiais de merchandising:**

Logo no Plasma: JPG – 1920 x 1080 – 300dpi – safe área (solicitar gabarito por e-mail para OPEC)

Logo em Tela Cheia: JPG – 1920 x 1080 – 300dpi – safe área (solicitar gabarito por e-mail para OPEC)

Photo Insert: JPG – 800 x 600 – jpg – 300 dpi – safe área (solicitar gabarito por e-mail para OPEC)

Vinheta Plasma: Beta analógica (looping)

**m) VT'S para merchandising:**

Testemunhal 40'': VT com áudio no máximo 20''

Testemunhal 60'': VT com áudio no máximo 30''

Testemunhal 90'': VT com áudio no máximo 45''

Entrevista de 90'' VT com áudio no máximo 45''

Entrevista de 120'': VT com áudio no máximo 60''

**Material VT :** CARTÃO P2 (Panasonic); BETA HDCAM; HARD DISK; PEN DRIVE; DVD; CD; BETA ANALOGICA

**n) Características:**

	<b>Vídeo</b>	<b>Áudio</b>
Aspecto:	16:9	–
FPS	29,97	–
Tamanho:	1920 x 1080	–
Type:	1080i/59,94	–
Codificar:	DVCPRO HD ou H264	WAV
T.Amostragem:	–	44.100
Taxa Bit:	100 mbit/s	padrão
Canal		2

Demarcação de segurança do vídeo: Aspecto 16:9 com total relevância no aspecto 4:3

(solicitar gabarito por e-mail para OPEC)

**Textos:**

Textos para testemunhais 40”sem VT ou com VT Ilustrativo (sem áudio): 400 caracteres.

Textos para testemunhais 60”sem VT ou com VT Ilustrativo (sem áudio): 700 caracteres.

Textos para testemunhais 90 “sem VT ou com VT Ilustrativo (sem áudio): 1000 caracteres.

Textos com VT com áudio de 45” : 500 caracteres.

Desfiles: Cada desfile deve ter no máximo 12 trocas.

OBS: Não serão aceitos textos que excedam a duração da ação, ficando a critério da área de merchandising a adequação destes, com a devida anuência por parte da agência/anunciantes.

**o) Gerador de Caracteres:**

Máximo 3 linhas, sendo 2 fixas e 1 podendo ser rotativa.

Texto legal para linha rotativa do GC:

Ações de 60” – até 500 caracteres

Ações de 90” – até 750 caracteres

Ações de 120” – até 1000 caracteres

OBS: qualquer número de caracteres superior ao especificado acima, não permitirá a leitura do mesmo.