



**LISTA DE PREÇOS**  
**2025**

# "POTENCIALIZE O IMPACTO DA SUA MARCA!"

A RFTV transmite sua programação para 58 municípios do interior do Estado de São Paulo, alcançando mais de 7 milhões de telespectadores potenciais. Além disso, estamos disponíveis em sinal digital HDTV, atingindo mais de 85 milhões de telespectadores em todo o território nacional através da SKY, no canal 547, e via TVRO (parabólicas), no canal 38. Completamos nossa entrega de conteúdo por meio do nosso aplicativo, site e mídias sociais, alcançando um público multicanal.

Com sede em Limeira e estúdios em Campinas, oferecemos conteúdo informativo regional, nacional e global, além de esporte, entretenimento e cultura. Anunciar conosco é otimizar investimento, atingindo diversos públicos-alvos."



# GRADE DE PROGRAMAÇÃO COMERCIAL

HORA	SEG	TER	QUA	QUI	SEX
05:00	IURD				
08:00	INFOMERCIAL				
09:30	FAMÍLIA KIDS		FAMÍLIA KIDS	FAMÍLIA KIDS	FAMÍLIA KIDS
10:30			VISIONÁRIOS ( R )	RF PETS ( R )	REPORTAGENS ESPECIAIS ( R )
10:45					
11:00	BRASIL AFORA ( R )	CHEF DAORA ( R )			
11:30	TÁ NO AR CAMPINAS - AO VIVO				
13:00	INFOMERCIAL				
14:00	NOVELA <b>REIS</b> (REPRISE)				
15:00	INFOMERCIAL				
15:30	NOVELA <b>JESUS</b> (REPRISE)				
16:00	RF COM VOCÊ - AO VIVO				
17:00	ALERTA TOTAL - AO VIVO				
19:00	RF NEWS - AO VIVO				
20:00	LIGADOS NO ESPORTE - AO VIVO				
20:30	NOVELA <b>REIS</b> (INÉDITO)				
21:30	NOVELA <b>JESUS</b> (INÉDITO)				
22:00	*NET MOTORS - S.O.S CARANGA				
22:05	RF NEWS - ( R )				
23:00	CHEF DAORA	VISIONÁRIOS	RF PETS - ( R )	REPORTAGENS ESPECIAIS	BRASIL AFORA
23:30	NET MOTORS 2 - AUTOMOBILISMO		INFOMERCIAL		INFOMERCIAL
23:45			INFOMERCIAL		INFOMERCIAL
00:00	IURD				

SÁBADO		DOMINGO	
05:00	IURD	05:00	IURD
		09:00	RF AGRO
09:30	INFOMERCIAL	09:30	CHÃO SANFONA E VIOLA MUSICAL
09:45	INFOMERCIAL	10:00	VIDA CAP - SORTEIO AO VIVO
10:00	INFOMERCIAL	11:00	NET MOTORS 2 - AUTOMOBILISMO
11:00	NET MOTORS 1 - VAREJO	11:30	INFOMERCIAL
11:30	RF PETS	12:00	BETE BORGES - MUSICAL
12:15	FAMÍLIA KIDS	12:30	ESTÚDIO NEWS
13:00	INFOMERCIAL	13:00	RESSOAR
13:30	INFOMERCIAL	14:00	NOVELA <b>JESUS</b> ( RESUMO SEMANAL )
14:00	NOVELA <b>JESUS</b> ( RESUMO SEMANAL )	15:45	VISIONÁRIOS - REPRISE
15:45	INFOMERCIAL	16:45	RF PETS - REPRISE
16:30	INFOMERCIAL	17:30	RF AGRO - REPRISE
17:30	ESCOLA DO AMOR	18:00	SANTO CULTO
18:30	NOVELA <b>REIS</b> ( RESUMO SEMANAL )	19:00	NOVELA <b>REIS</b> ( RESUMO SEMANAL )
21:30	IURD	22:00	IURD

## • LEGENDA

 CONCESSIONÁRIO



# ATLAS DE COBERTURA

	MUNICÍPIO	POPULAÇÃO	POTENCIAL	DOMICÍLIOS	DTV	IPC %
1	Águas de São Pedro	3.547	3.465	1.488	1.446	0,003
2	Americana	243.803	238.218	89.464	87.075	0,170
3	Américo Brasiliense	41.335	40.633	14.087	13.700	0,018
4	Araçoiaba da Serra	35.020	32.828	12.625	11.774	0,020
5	Araraquara	239.870	237.307	90.835	89.484	0,154
6	Artur Nogueira	55.748	54.690	19.389	18.869	0,027
7	Bocaina	12.544	12.401	4.380	4.304	0,006
8	Boituva	62.629	60.615	21.881	20.991	0,035
9	Brodowski	25.463	24.967	8.791	8.536	0,013
10	Cabreúva	50.801	47.880	16.601	15.544	0,021
11	Campinas	1.222.745	1.194.756	451.501	439.581	0,989
12	Campo Limpo Paulista	86.172	83.548	29.246	28.041	0,042
13	Charqueada	17.495	16.965	5.827	5.590	0,008
14	Cordeirópolis	25.009	24.700	8.705	8.548	0,013
15	Cosmópolis	74.016	71.876	25.595	24.755	0,036
16	Cravinhos	35.841	35.440	11.906	11.713	0,017
17	Engenheiro Coelho	21.406	20.171	7.232	6.714	0,010
18	Holambra	15.385	15.221	5.183	5.125	0,012
19	Hortolândia	230.690	221.122	77.896	74.166	0,094
20	Ibaté	35.734	34.487	11.662	11.135	0,014
21	Indaiatuba	258.113	251.281	89.570	86.764	0,172
22	Iperó	36.035	34.299	12.097	11.391	0,012
23	Ipeúna	7.744	7.641	2.624	2.558	0,004
24	Iracemópolis	24.796	24.388	8.421	8.250	0,013
25	Itapira	74.325	73.687	26.902	26.532	0,041
26	Itu	176.863	173.428	61.021	59.658	0,106
27	Itupeva	63.276	62.273	21.413	21.012	0,036
28	Jaguariúna	59.155	58.493	20.656	20.379	0,036
29	Jardinópolis	45.302	44.328	15.283	14.884	0,020

# ATLAS DE COBERTURA

	MUNICÍPIO	POPULAÇÃO	POTENCIAL	DOMICÍLIOS	DTV	IPC %
30	Jundiaí	426.126	419.134	155.586	152.522	0,335
31	Limeira	310.757	304.670	108.576	105.947	0,172
32	Louveira	50.362	49.241	17.099	16.611	0,029
33	Monte Mor	61.202	58.836	20.636	19.736	0,024
34	Motuca	4.830	4.660	1.744	1.679	0,002
35	Nova Odessa	60.663	59.129	21.762	21.129	0,034
36	Orlândia	44.687	44.223	15.355	15.119	0,025
37	Paulínia	112.829	111.207	38.154	37.587	0,076
38	Piracicaba	408.357	401.433	145.697	142.546	0,270
39	Pitangueiras	40.376	39.146	13.856	13.237	0,016
40	Pontal	51.227	48.417	17.006	15.940	0,021
41	Ribeirão Preto	717.076	709.562	265.698	262.439	0,544
42	Rio Claro	209.542	206.329	77.094	75.612	0,128
43	Rio das Pedras	36.002	34.288	12.114	11.434	0,018
44	Sales Oliveira	12.024	11.965	4.247	4.210	0,006
45	Saltinho	8.455	8.409	2.953	2.932	0,005
46	Salto	120.619	116.627	41.619	40.091	0,067
47	Santa Bárbara d'Oeste	195.824	191.543	68.101	66.273	0,103
48	Santa Gertrudes	27.106	26.595	9.769	9.575	0,013
49	Santa Lúcia	8.919	8.799	2.968	2.907	0,004
50	Santo Antônio de Posse	23.703	23.057	8.248	7.897	0,011
51	São Pedro	36.245	34.854	13.597	13.064	0,019
52	Serrana	45.981	45.050	15.078	14.621	0,019
53	Sorocaba	692.427	676.646	242.067	235.497	0,429
54	Sumaré	288.322	277.122	100.158	95.606	0,140
55	Valinhos	132.178	129.658	47.486	46.432	0,119
56	Várzea Paulista	123.979	120.202	41.737	40.119	0,051
57	Vinhedo	80.702	79.625	28.094	27.618	0,073
58	Votorantim	124.511	120.813	41.696	40.193	0,059

<b>Total</b>	<b>7.735.893</b>	<b>7.562.348</b>	<b>15.298.241</b>	<b>2.677.092</b>
--------------	------------------	------------------	-------------------	------------------

PAY - TV SKY 547 / PARABÓLICA - TVRO SKY CANAL 38

Em São Paulo, estado que concentra o maior PIB do país, é o interior que se destaca como o maior mercado consumidor do Brasil. Juntas, as pequenas cidades paulistas responderão por 15% do total consumido em 2022. No plano estadual, o interior de São Paulo será responsável por 53,1% do consumo.



# LISTA DE PREÇOS

DIAS	HORÁRIO		GÊN	CÓDIGO	PROGRAMAS	COMERCIAL 30" - R\$
	INÍCIO	FIM				( R\$ - REAIS)
SEG A SEX	09:30	10:00	INFA	FKM1	FAMILIA KIDS	1.667,63
SEG A SEX	11h30	13:00	JORN	TANO	TÁ NO AR CAMPINAS	3.001,73
SEG A SEX	14:00	15:00	NOVE	NTAR	NOVELA DA TARDE - REIS (REPRISE)	3.001,73
SEG A SEX	15:30	16:00	NOVE	NTAR	NOVELA DA TARDE - JESUS (REPRISE)	3.001,73
SEG A SEX	16:00	17:00	REPO	RFCVC	RF COM VOCÊ	3.001,73
SEG A SEX	17:00	19:00	JORN	ALEV	ALERTA TOTAL	3.001,73
SEG A SEX	19:00	20:00	JORN	RFN1	RF NEWS	3.335,25
SEG A SEX	20:00	20:30	ESPO	ESPO	LIGADOS NO ESPORTE	3.335,25
SEG A SEX	20:30	21:30	NOVE	NN011	NOVELA DA NOITE - REIS	3.668,78
SEG A SEX	21:30	22:00	NOVE	NN012	NOVELA DA NOITE - JESUS	3.335,25
SEG A SEX	22:00	23:00	JORN	RENE	RF NEWS (REPRISE)	3.335,25
SEG	23:00	23:30	ENTR	PAREG	CHEF DAORA	2.668,20
TER	23:00	00:00	ENTR	VISIO	VISIONARIO	2.668,20
QUA	23:00	23:30	REPO	RFPET	RF PETS (REPRISE)	2.668,20
QUI	23:00	00:00	REPO	RESP	REPORTAGENS ESPECIAIS	2.668,20
SEX	23:00	23:30	TURI	BRFO	BRASIL A FORA	2.668,20
SÁB	11:30	12:15	REPO	RFPET	RF PETS	3.001,73
SÁB	12:15	13:00	INFA	FKM1	FAMILIA KIDS	2.250,00
SÁB	14:00	15:45	NOVE	NN011	NOVELA JESUS (RESUMO SEMANAL)	2.100,00
SÁB	18:30	21:30	NOVE	NN012	NOVELA REIS (RESUMO SEMANAL)	2.100,00
DOM	09:00	09:30	JORN	RFAG	RF AGRO	1.750,00
DOM	14:00	15:45	NOVE	NN011	NOVELA JESUS (RESUMO SEMANAL)	2.100,00
DOM	19:00	22:00	NOVE	NN012	NOVELA REIS (RESUMO SEMANAL)	2.100,00

## FATORES DE CONVERSÃO:

Comerciais 60" (sessenta segundos) = 2x preço de 30"

Comerciais 45" (quarenta e cinco segundos) = 1,5x preço de 30"

Comerciais 15" (quinze segundos) = 0,5 preço de x 30"

Comerciais 10" (dez segundos) = 0,5 preço de x 30"



# PATROCÍNIO DOS PROGRAMAS:

DIAS	HORÁRIO		GÊN	CÓDIGO	PROGRAMAS	COMERCIAL 30" - R\$	FREQ.	PATROCÍNIO
	INÍCIO	FIM				( R\$ - REAIS)	MENSAL	2 VH 5"+ 1 CO 30"
SEG A SEX	09:30	10:00	INFA	FKM1	FAMILIA KIDS	1.667,63	22	64.203,56
SEG A SEX	11h30	13:00	JORN	TANO	TÁ NO AR CAMPINAS	3.001,73	22	115.566,41
SEG A SEX	14:00	15:00	NOVE	NTAR	NOVELA DA TARDE - REIS (REPRISE)	3.001,73	22	115.566,41
SEG A SEX	15:30	16:00	NOVE	NTAR	NOVELA DA TARDE - JESUS (REPRISE)	3.001,73	22	115.566,41
SEG A SEX	16:00	17:00	REPO	RFCVC	RF COM VOCÊ	3.001,73	22	115.566,41
SEG A SEX	17:00	19:00	JORN	ALEV	ALERTA TOTAL	3.001,73	22	115.566,41
SEG A SEX	19:00	20:00	JORN	RFN1	RF NEWS	3.335,25	22	128.407,13
SEG A SEX	20:00	20:30	ESPO	ESPO	LIGADOS NO ESPORTE	3.335,25	22	128.407,13
SEG A SEX	20:30	21:30	NOVE	NN011	NOVELA DA NOITE - REIS	3.668,78	22	141.247,84
SEG A SEX	21:30	22:00	NOVE	NN012	NOVELA DA NOITE - JESUS	3.668,78	22	141.247,84
SEG A SEX	22:00	23:00	JORN	RENE	RF NEWS (REPRISE)	3.335,25	22	128.407,13
SEG	23:00	23:30	REPO	RFPET	CHEF DAORA	2.668,20	4	20.218,29
TER	23:00	00:00	ENTR	VISIO	VISIONARIO	2.668,20	4	20.218,29
QUA	23:00	23:30	REPO	RFPET	RF PETS (REPRISE)	2.668,20	4	20.218,29
QUI	23:00	00:00	REPO	RESP	REPORTAGENS ESPECIAIS	2.668,20	4	20.218,29
SEX	23:00	23:30	TURI	BRFO	BRASIL A FORA	2.668,20	4	20.218,29
SÁB	11:30	12:15	REPO	RFPET	RF PETS	3.001,73	4	22.745,57
SÁB	12:15	13:00	INFA	FKM1	FAMILIA KIDS	3.001,73	4	22.745,57
SÁB	14:00	15:45	NOVE	NN011	NOVELA JESUS (RESUMO SEMANAL)	2.001,15	4	15.163,71
SÁB	18:30	21:30	NOVE	NN012	NOVELA REIS (RESUMO SEMANAL)	2.001,15	4	15.163,71
DOM	09:00	09:30	JORN	RFAG	RF AGRO	1.667,63	4	12.636,43
DOM	14:00	15:45	NOVE	NN011	NOVELA JESUS (RESUMO SEMANAL)	2.001,15	4	15.163,71
DOM	19:00	22:00	NOVE	NN012	NOVELA REIS (RESUMO SEMANAL)	2.001,15	4	15.163,71

Entrega comercial por programa

2 vinhetas com assinatura 5 " + 1 comercial de 30"



## VALORES DE INSERÇÕES NO ROTATIVO

FAIXAS	HORÁRIO		COMERCIAL 30"
	INÍCIO	FIM	( R\$ - REAIS)
ROTATIVO MATUTINO	08:00	13:00	2.057,18
ROTATIVO VESPERTINO	13:01	19:00	3.168,49
ROTATIVO NOTURNO	19:01	00:00	3.268,55
ROTATIVO MADRUGADA	00:00	08:00	2.001,15
ROTATIVO ABERT/ENCER	08:00	00:00	2.830,96

(\*) Horário de início da programação:  
Segunda a sexta, das 08h00 às 00h00  
Sábado e Domingo, das 9h30 às 21h30

## PREÇOS DE MERCHANDISING POR PROGRAMA

PROGRAMAS	GÊN	CÓD	VALOR BASE 30"	TESTEMUNHAL 60"	TESTEMUNHAL 90"	AÇÃO INTEGRADA 120"	COMERCIAL CHAMADO 30"	MERCHANBREAK 60"	MANUSEIO ATÉ 10"	VIS. MARCA ATÉ 10"	CITAÇÃO ATÉ 5"
TÁ NO AR CAMPINAS <i>Seg a Sex das 11:30 às 13:00</i>	JORN	TANO	3.001,73	6.003,45	9.005,18	12.006,90	3.001,73	6.003,45	2.251,29	750,43	750,43
RF COM VOCÊ <i>Seg a Sex das 16:00 às 17:00</i>	REPO	RFCVC	3.001,73	6.003,45	9.005,18	12.006,90	3.001,73	6003,45	2.251,29	750,43	750,43
ALERTA TOTAL <i>Seg a Sex das 17:00 às 19:00</i>	JORN	ALEV	3.001,73	6.003,45	9.005,18	12.006,90	3.001,73	6003,45	2.251,29	750,43	750,43
RF NEWS <i>Seg a Sex das 19:00 às 20:00</i>	JORN	RFN1	3.335,25	6.670,50	10.005,75	13.341,00	3.335,25	6670,5	2.501,44	833,81	833,81
LIGADOS NO ESPORTE <i>Seg a Sex das 20:00 às 20:30</i>	ESPO	ESPO	3.335,25	6.670,50	10.005,75	13.341,00	3.335,25	6670,5	2.501,44	833,81	833,81
RF PETS <i>Sábado das 11h30 às 12h15</i>	REPO	RFPET	3.001,73	6.003,45	9.005,18	12.006,90	3.001,73	6003,45	2.251,29	750,43	750,43
RF AGRO <i>Domingo das 9h às 9h30</i>	JORN	RFAG	1.750,00	3.500,00	5.250,00	7.000,00	1.750,00	3.500,00	1.312,50	437,50	437,50





# VALORES DE INSERÇÕES NO ROTATIVO

- Banner Horizontal TV



- Banner Vertical TV



- Banner Vertical TV



# MERCHANDISING

FORMATOS	DESCRIÇÃO	DURAÇÃO
AÇÃO ESPECIAL Branded Content*	Criação de quadro ou boletim dentro do programa ou no break de acordo com briefing da agência, esse formato traz conteúdo relevante relacionado ao universo da marca. A ação especial poderá ter o nome da marca/produto na vinheta especialmente produzida, além de poder contar com GC, visualização e/ou citação, manuseio do produto e/ou VT de apoio.	5min
AÇÃO INTEGRADA	Ação inserida no conteúdo do programa dentro de um quadro existente, ou ainda, no formato de interação do apresentador com representante da marca. A ação integrada poderá contar com GC com telefone e site, visualização e/ou citação e manuseio do produto e VT de apoio.	2min
TESTEMUNHAL	Ação feita pelo apresentador que ressaltara os atributos da marca e seus diferenciais com base em um texto roteirizado produzido pelo cliente/agência. A ação contará com um GC com telefone e site, visualização e manuseio do produto e logomarca no monitor do cenário e um vtaipoio.	60" e 90"
MERCHANBREAK	Ação de testemunha gravado com antecipação pelo apresentador. Exibido na primeira posição do break.	60"
COMERCIAL CHAMADO	No final do bloco, o apresentador(a) destaca o comercial a seguir citando a marca anunciante.	30"
MANUSEIO	Uso, manuseio ou consumo do produto/serviço com citação da marca e do slogan pelo apresentador (a) do programa.	até 10"
VISUALIZAÇÃO DA MARCA**	Visualização da marca/produto dentro do contexto do programa/quadro.	5"
CITAÇÃO	Citação da Marca/produto e do slogan pelo apresentador (a) do programa.	5"

(\*) Antecedência de mínimo de uma semana para produção da ação com reunião de briefing junto com o cliente

(\*\*\*) Sujeito à aprovação

(\*\*\*) CONSULTE NORMAS E PROCEDIMENTOS DE MERCHANDISING NO FINAL DESSA LISTA DE PREÇOS.



# NORMAS E PROCEDIMENTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

## 1. LEGISLAÇÃO E AUTOREGULAMENTAÇÃO

CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária) é uma entidade que zela pela credibilidade das mensagens publicitárias, fazendo cumprir as normas éticas contidas no Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária. 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 como tal. Pelo Código de Proteção e Defesa do Consumidor, um comercial pode ser suspenso caso seja julgado enganoso ou abusivo. OBS.: Se o comercial for julgado enganoso ou abusivo, sua veiculação será suspensa e faturada normalmente sem crédito, podendo o anunciante substituir o comercial a qualquer momento.

## 2. DOCUMENTAÇÃO

Cliente e/ou Agência que deseje veicular na REDE FAMÍLIA envie sua documentação, com 2 (dois) dias 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.

## 3. CONSULTAS E RESERVAS

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.

## 4. MAPAS E AUTORIZAÇÕES

Os Mapas e/ou as Autorizações para Comerciais ou Merchandising devem ser legíveis e devem ter o nome e a assinatura do representante legal da empresa (Cliente/Agência). É imprescindível que os dados cadastrais da Agência/Cliente estejam completos e corretos. Não serão aceitos Mapas e/ou Autorizações feitos a lápis, rasurados, com ressalvas ou emendas. Identificar quando se tratar de Cancela e Substitui, mencionando o documento anterior com a data de emissão. Os Mapas em que não constarem essa observação serão tratados e faturados normalmente, ficando o veículo isento de qualquer responsabilidade. Devem ser devidamente preenchidos com período de veiculação, programas, características da veiculação, patrocínio (separando chamadas caracterizadas e comerciais), merchandising, quantidade de inserções, produto(s), título(s) do(s) filme(s), secundagem, emissora, mercado, forma de pagamento, negociação e os respectivos caches do apresentador serão negociados e pagos a parte diretamente ao (a) apresentador (a).

(\*) Antecedência de mínimo de uma semana para produção da ação com reunião de briefing junto com o cliente

(\*\*) Sujeito à aprovação

(\*\*) CONSULTE NORMAS E PROCEDIMENTOS DE MERCHANDISING NO FINAL DESSA LISTA DE PREÇOS.



# NORMAS E PROCEDIMENTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

## 5. PRAZO DE ENTREGA – MAPA RESERVA

Mapa reserva: no mínimo 2 (dois) dias úteis antes da primeira veiculação. Autorizações/Cancela e Substitui: no mínimo 1 (um) dia útil antes da primeira veiculação até às 16 horas. Após esse horário, toda reserva de programação para o dia posterior ficará pendente para compensação. As inserções que não tiverem a determinação de título/substituição efetuadas dentro do prazo estipulado serão faturadas sem direito a crédito. OBS.: Caso as Autorizações não sejam enviadas no prazo estipulado em razão de atraso ou divergências, a Rede Família reserva-se no direito de faturar os comerciais reservados ao preço da tabela vigente na época da veiculação.

## 6. MATERIAL DE EXIBIÇÃO

O prazo mínimo para a entrega do material é de 2 (dois) dias úteis que antecedem a primeira data de exibição, impreterivelmente até às 16 horas. Salientamos também que todo material sem o registro da ANCINE ou com o prazo vencido não será liberado para veiculação. Todo material que esteja relacionado a medicamento estará sujeito à avaliação do nosso Departamento Jurídico. Portanto, somente após essa avaliação, será liberado para veiculação. No caso de concessionário, a emissora reserva-se no direito de exibir materiais anteriores, caso o material em tempo hábil para exibição. Os arquivos com materiais de exibição serão mantidos por 30 (trinta) dias após a última data de veiculação. Depois desse prazo, serão inutilizados.

## 7. TIPO DE MATERIAL DE EXIBIÇÃO

### PADRONIZAÇÃO

Recebimento de material via WEB.

A REDE FAMÍLIA esta recebendo o material via FTP e para se cadastrar as agências/anunciantes devem consultar Dp. de Programação ou entrar em contato com seu atendimento comercial ou com a área de OPEC através do telefone: (19) 3513-0812 ou pelo e-mail: opec@rftv.com.br.

### **Especificações para Arquivos de Vídeo HD (High Definition)**

Especificações do vídeo:

Encapsulamento: MPEG4

Extensão do arquivo: .mpg

Codec de compressão: MPEG 35Mb/s

Resolução: 1920x1080i (interlaced/entrelaçado)

Formato de tela: 16x9

Frame rate: 29.97fps (NTSC drop frame)

Bit rate ("data rate") do vídeo: 35Mb/s constante (CBR)

Colorimetragem: 4:2:0



# NORMAS E PROCEDIMENTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

## **Especificações para áudio estéreo ou mono:**

Compressão: PCM

Bit depth: 24bit

Sample rate: 48000Hz

## **Canais: 6 canais, com a seguinte configuração:**

Os canais 1 e 2 devem conter a versão estéreo ou mono.

1 = Esquerdo ou mono

2 = Direito ou mono

3 = Esquerdo (L)

4 = Direito (R)

5 = Áudio Descrição, esquerdo ou mono

6 = Áudio Descrição, direito ou mono

Nível:

O nível de referência para 0VU deverá ser de -20dBFS (full scale)

O pico do áudio não deve ultrapassar -10dBFS, conforme a recomendação ITU BS.1770 (true peak)

A duração das vinhetas de caracterização de patrocínio é de 5" (cinco segundos) e os textos deverão ser compostos de, no máximo, 10 (dez) palavras.

## **8. ALTERAÇÃO DE PROGRAMAÇÃO**

A Rede Família reserva-se o direito de alterar horários e títulos de programas, independentemente de haver tempo hábil para comunicar ao mercado publicitário essas alterações. Nesses casos, serão obedecidos os dias e as faixas horárias reservadas. Caso contrário, as Agências/Clientes serão consultadas. Caso um programa de linha venha a ser substituído por algum evento ou programa especial, serão adotados os seguintes procedimentos: 1. Exibição do comercial no evento em substituição ao programa cancelado; 2. Composição posterior pelo valor da exibição, podendo ser compensado em outros programas; - abatimento de fatura, do valor da veiculação.

## **9. CANCELAMENTO**

Com o objetivo de garantir a exibição dos comerciais e de evitar transtornos operacionais, toda e qualquer comercialização é incancelável. Em caráter de exceção será permitido ao anunciante substituir o comercial de um produto ou serviço por outro de sua linha, desde que mantenha a mesma programação contratada e observe os prazos de entrega de material definidos na Lista de Preços.

## **10. SUBSTITUIÇÃO**

Quando se tratar de carta Cancela e Substitui, deverá ser informado o número da carta anterior ou a data como referência. As cartas em que não constarem as observações serão faturadas normalmente, ficando o veículo isento de qualquer



# NORMAS E PROCEDIMENTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

responsabilidade. O prazo de substituição do material é de 2 (dois) dias úteis para qualquer Praça. Esse prazo será contado a partir da data de chegada da ordem por escrito em nossos escritórios, juntamente com o material necessário à substituição. A falta de material implica a não aceitação da ordem por escrito. Nesse caso, as emissoras reservam-se o direito de faturar contra o cliente sem crédito. Para substituição de vinhetas com caracterização de patrocínio ou veiculação em forma de rodízio, deverá ser respeitado o prazo mínimo de 3 (três) dias úteis da veiculação. Para maior segurança do anunciante, a emissora solicitará imediata substituição caso verifique a perda de qualidade do material em exibição.

## 11. FALHA DE EXIBIÇÃO

Sendo confirmada a falha, será adotada a compensação no mesmo programa em nova data, compensação em outro programa de igual valor ou abatimento de fatura. Tal solicitação deverá ocorrer num prazo máximo de 45 (quarenta e cinco) dias após a sua ocorrência. OBS.: Falhas de exibição por falta de material ou sinal /material entregue com problemas técnicos, serão faturadas sem crédito.

## 12. FATURAMENTO

Os preços a serem faturados aos anunciantes correspondem à lista de preços vigente no momento da exibição das mensagens publicitárias, caso haja alteração de preços entre a data da negociação e a data de exibição, o preço a ser faturado será o da data de exibição da mídia.

## 13. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

15 (quinze) dias, fora o mês para clientes com agência. Para clientes diretos, o pagamento será antes da veiculação.

## 14. CONCORRÊNCIA

Os comerciais de produtos concorrentes serão entregues em intervalos diferentes, mas caso não seja possível veiculá-los separadamente, as emissoras reservam-se o direito de exibi-los no mesmo intervalo, separando-os por outros comerciais. São considerados produtos concorrentes aqueles que fazem parte de um mesmo segmento.

## 15. COMERCIAIS MÚLTIPLOS E PROMOCIONAIS

Considera-se comercial múltiplo o que promove mais de um produto, serviço, empresa ou marca em áudio ou vídeo. Caso ocorra, será cobrado um adicional de 30% (trinta por cento) sobre o valor do comercial, por marca, produto ou serviço adicional. Considera-se um comercial promocional todo aquele que, em uma promoção ou concurso, fizer alusão a outras empresas, marcas ou serviços. Quando ocorrer, será cobrado um adicional de 15% (quinze por cento) sobre o valor do comercial. Nesse caso, o Departamento Comercial da emissora deverá ser



## NORMAS E PROCEDIMENTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

consultado. Os comerciais de varejo ficam isentos do custo adicional se a alusão a produtos, serviços, marcas ou empresas se restringirem à indicação das marcas e ofertas.

### 16. COMERCIAIS COLADOS

Se o número de comerciais solicitados em seu Mapa de Programação, no mesmo programa, for maior que o número de 'breaks', as emissoras tentarão programá-los de forma a não serem exibidos em sequência, mas reserva-se o direito de exibi-los dessa forma quando não houver outra possibilidade.

### 17. INTERVALO E DETERMINAÇÃO

As emissoras cobrarão um acréscimo de 30% (trinta por cento) pela determinação do intervalo ou do comercial no intervalo para inserção do comercial

### 18. BREAK EXCLUSIVO

É um intervalo criado para a exibição da mensagem de um único anunciante. Os fatores de conversão deverão ser obedecidos e ao preço final será acrescido no mínimo 50%.

### 19. COMERCIAL EM FORMATO DE EDITORIAL

Nos casos de publicidade em formato editorial e/ou jornalístico, o comercial deverá conter uma tarja de INFORME PUBLICITÁRIO e o texto deverá ser previamente aprovado pelas emissoras. Esse tipo de formato comercial exige negociação desvinculada de todo e qualquer acordo comercial.

### 20. PROMOÇÕES E CONCURSOS

A Agência/Cliente é responsável pela autorização do Ministério da Fazenda ou da INDESP para realização de concursos e promoções. O número da autorização fornecido pela Secretaria da Receita Federal deverá constar no vídeo de forma clara e legível.

### 21. COMERCIAIS DE ESPETÁCULOS E DIVERSÃO PÚBLICA

Não serão veiculados comerciais para divulgação dos itens acima que não apresentem, de forma clara, a indicação oficial da faixa etária para a qual estão classificados, mesmo que seja livre.

### 22. COMERCIAIS POR TELEFONE

Todo comercial que, em seu conteúdo, constar número de telefone (áudio e vídeo), deverá fazer menção do respectivo DDD. Caso contrário, sua veiculação estará vetada. Em contrapartida, os comerciais que mostrem o código da operadora serão considerados múltiplos e terão o acréscimo conforme item de COMERCIAIS MÚLTIPLOS.



## NORMAS E PROCEDIMENTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

### **23. COMERCIAIS DE BEBIDAS ALCOÓLICAS, MEDICAMENTOS, TRATAMENTOS, DEFENSIVOS AGRÍCOLAS E DERIVADOS DE TABACO**

Devem conformar-se à legislação e à autorregulamentação específicas.

Os derivados de tabaco não podem ser anunciados em veículos de comunicação de massa.

Fundamento legal: Art. 220, §4 da Constituição Federal, Lei Federal no 9.294/96, alterada pela Lei no 10.167/2000; Decreto Federal no 2.018/96 e Resolução de Diretoria Colegiada da ANVISA – RDC no 096/2008 e RDC no 023/2009 e Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e seus Anexos.

### **24. PRODUTOS E SERVIÇOS DESTINADOS ÀS CRIANÇAS E ADOLESCENTES**

Devem atender às determinações do Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei no 8.069/90) e às normas éticas dispostas do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e seus Anexos, especialmente seção II e, ainda, Anexo “H” (alimentos, refrigerantes, sucos e bebidas assemelhadas), no que lhes for aplicável.

### **25. CONDIÇÕES GERAIS**

A REDE FAMÍLIA reserva-se o direito de recusar ou suspender a exibição de quaisquer mensagens que colidam com sua orientação editorial, empresarial, comercial ou com sua linha de programação, assim como quando as mensagens publicitárias estiverem em desacordo com as exigências legais. Nesses casos, o valor do serviço será faturado normalmente.

## PREÇOS DE MERCHANDISING POR PROGRAMA

### **1. CONFORMIDADE PARA EXIBIÇÃO**

Todos os produtos, serviços ou marcas em ações de merchandising deverão estar rigorosamente enquadradas nas normas estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor. Serão veiculadas apenas as ações de merchandising que estiverem em conformidade com as normas de comercialização e jurídicas da REDE FAMÍLIA, bem como de acordo com leis / regras estabelecidas pelos órgãos reguladores, tais como Conar e Anvisa.

### **2. ANUÊNCIA**

Os apresentadores da REDE FAMÍLIA têm a livre prerrogativa de aceitar ou recusar a sua participação e envolvimento nas ações de merchandising. O conteúdo desenvolvido para os formatos de merchandising deverá passar por avaliação e anuência tanto da Diretoria Artística da emissora.





## PREÇOS DE MERCHANDISING POR PROGRAMA

### 3. CACHÊ

O Cachê será negociado e pago diretamente ao apresentador.

### 4. CUSTO DE PRODUÇÃO

Toda e qualquer produção que se faça necessária como compras, cenografia e demais extras não contemplados na proposta comercial serão cobrados à parte, orçados e apresentados à Agência/Anunciante após a definição do projeto.

### 5. PRAZO DA PROPOSTA

Cada proposta comercial correspondente às ações de merchandising terá um prazo de validade de 10 (dez) dias, contados a partir do recebimento por parte da Agência/Anunciante. Contudo, durante o referido período, a REDE FAMÍLIA se reservam o direito de negociar livremente o formato apresentado com os concorrentes daquele anunciante.

### 6. MULTIPLICIDADE

Considera-se multiplicidade a ação que promova mais de 01 (um) produto, serviço, empresa ou marca, em áudio ou vídeo. Caso isso ocorra, deverá haver o pagamento adicional de 30% (trinta por cento), por cada marca adicional, sobre o valor da referida ação. Essa regra será aplicada também às ações que envolvam brindes ou prêmios de promoções.

Exceção à regra é feita ao Varejo, que poderá fazer menção de até 03 (três) produtos de marcas distintas na mesma ação.

### 7. DISTRIBUIÇÃO DE BRINDES

O Departamento Comercial deverá ser consultado previamente sobre a realização de distribuição de brindes para convidados ou plateia, com a divulgação do produto, serviço ou marca do anunciante. Não serão aceitos brindes que conflitem com produtos ou serviços de anunciantes que já estiverem no programa.

### 8. MERCHANDISING DE PROMOÇÃO

Qualquer mecânica promocional, seja com definição de ganhador(a) via competição ou sorteio, exige registro na Caixa Econômica Federal, conforme Portaria no 422, de 18 de julho de 2013. Assim, toda a logística, regulamentação e premiação serão de responsabilidade do anunciante.

### 9. CONCORRENTE DE CATEGORIA

Anunciantes concorrentes poderão ter seus produtos, serviços ou marcas veiculados no mesmo programa, durante o mesmo período de veiculação, a critério exclusivo da REDE FAMÍLIA, respeitando a seguinte regra: No caso de programas diários ou semanais deve-se considerar a distância entre blocos, devendo ser realizadas por apresentadores distintos/merchandete.



## PREÇOS DE MERCHANDISING POR PROGRAMA

### **10. DISPONIBILIDADE DE ESPAÇO**

A disponibilidade de espaço no programa deverá ser previamente consultada junto ao Departamento Comercial, antes do envio do PI. Somente serão aceitas reservas de espaço mediante recebimento do PI.

### **11. EXCLUSIVIDADE DE CATEGORIA**

Para obter exclusividade da categoria em um determinado programa, o anunciante terá que ser patrocinador master durante o período de 6 meses (vinhetas abertura e encerramento, comerciais de 30", chamadas e 2 ações de merchandising por dia).





### **RFTV LIMEIRA**

Rua Dr. José Carvalho Ferreira, 663,  
Jardim Planalto • CEP: 13485-162 • Limeira/SP  
Telefone: (19) 3449-4606

### **RFTV CAMPINAS**

Avenida Antônio Artioli, 570, Bloco D, Salas 206/208,  
Cond. Swiss Park Office • Bloco Locarno • CEP: 13049-253  
Campinas/SP

### **COMERCIAL:**

comercial@rftv.com.br  
Telefone: (19) 3449-4611