

NORMA DE CONCESSÃO DE APOIO CULTURAL

SUMÁRIO

1. CONCEITUAÇÃO
2. FINALIDADE
3. ÁREA GESTORA
4. COMPETÊNCIA
5. PRINCÍPIOS GERAIS
6. FORMATOS DE MÍDIA
7. PARÂMETROS DE DIVULGAÇÃO
8. CONTRAPARTIDA DE VISIBILIDADE DE MARCA
9. PROCESSOS DE CONCESSÃO
10. FORMULÁRIO E OUTROS DOCUMENTOS
11. LEGISLAÇÃO E NORMAS DE REFERÊNCIA

1. CONCEITUAÇÃO

- a) APOIO CULTURAL: É a forma de patrocínio de mídia com veiculação de publicidade institucional, vinculado à programas, eventos e projetos promovidos pelo IRDEB e seus respectivos veículos de mídia;
- b) CADASTRO DE CLIENTES: Registro de dados que permite o início do processo de relacionamento para concessão de espaço publicitário no IRDEB;
- c) MARKETING: Ação desenvolvida por um conjunto de procedimentos e estratégias para ampliar a visibilidade de marca dos veículos do IRDEB;
- d) DESCONTO: Mecanismo de negociação baseado em percentual redutor do valor definido em Tabela de Preços para a comercialização de produtos e serviços aplicados a partir da estratégia comercial e de negócios;
- e) INTEGRIDADE: Qualidade da informação não modificada, inclusive quanto à origem, trânsito e destino;
- f) MARCA: Marca de produto ou de serviço é usada para distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa;
- g) MÍDIA: Designação genérica de meios de comunicação, tais como jornais, revistas, cinema, rádio, TV, internet e outros;
- h) PATROCÍNIO DE MÍDIA: Espécie de publicidade institucional que se caracteriza pela oferta de pacote de mídia diferenciado, vinculado a um programa e/ou faixa de programação;
- i) PEDIDO DE INSERÇÃO: Documento que regulamenta a compra de espaços publicitários nos veículos de comunicação. Esse documento deve conter dados do veículo, cliente, campanha, negociação e dados referentes à compra realizada com o número de inserções e horário;

- j) **PRECIFICAÇÃO:** Atividade estratégica de negócios que tem o propósito de estabelecer o valor de comercialização de produtos e serviços;
- k) **PRODUTO:** Conjunto de atributos tangíveis, constituído por meio de processo de produção para atendimento das necessidades do cliente;
- l) **SERVIÇO:** Conjunto de atributos intangíveis com desenvolvimento de atividades realizadas, de forma remunerada, de acordo com parâmetros e expectativas pré-definidas;
- m) **PROJETO ESPECIAL:** Formatação específica de apoio cultural definido a partir da realização de um ou mais eventos e/ou programas eventuais que possam ser transmitidos nos veículos do IRDEB, cuja contrapartida envolve publicidade institucional e outras formas de exposição da marca no evento/programa;
- n) **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL:** Cessão de espaço publicitário à entidades de direito público e de direito privado, para veiculação de mensagens institucionais, sendo vedada a veiculação de comunicação de varejo. No caso do espaço da grade de programação dos canais públicos, não poderá exceder 15% (quinze por cento) do seu tempo total de programação;
- o) **VENDA:** Ação de transferência da posse de um bem ou prestação de um serviço mediante pagamento;
- p) **INSERÇÃO.** Ato físico da veiculação da publicidade. Diz-se da unidade divulgada – anúncio, comercial. Uma peça pode ter uma ou mais inserções;
- q) **SPOT:** É um fonograma utilizado como peça publicitária em rádio; feita por uma locução simples ou mista (duas ou mais vozes); com ou sem efeitos sonoros e música de fundo;
- r) **CHAMADAS:** Produzida com o objetivo de promover programas, eventos e campanhas. O patrocinador aumenta a exposição da sua marca e/ou produto;
- s) **PRODUTORA:** Aquele que autoriza e assina a propaganda, é responsável pelo

seu custo e seu conteúdo;

- t) **INTERVALO:** Período entre programas de TV ou rádio ou entre partes do mesmo programa. Os intervalos caracterizam-se por divulgar mensagens publicitárias, pequenas notícias, identificação de emissora, hora certa. Sua duração é limitada a 15% do total da programação;
- u) **NEGOCIAÇÃO:** Entendimento entre agências, clientes e veículos, mediante o qual se estabelecem preços de compra e venda de tempo e espaço publicitários, que não constam das tabelas impressas, mas que as tomam como referência. Em geral, uma negociação envolve utilização de tempo ou espaço especiais (volume ou frequência), posições privilegiadas etc. Pode envolver também várias agências quando o anunciante usa mais de uma;
- v) **TABELA DE CUSTOS:** Relação dos preços de inserções de propaganda, medidas em tempo para a mídia eletrônica, em espaços para a mídia impressa e em impressões e visualizações para internet;
- w) **PREÇO BRUTO:** Preço de inserção, incluída a comissão da agência. No Brasil, por exemplo, um custo bruto de R\$ 100,00 (cem reais) – de tabela e negociação – refere-se ao preço cobrado ao anunciante, cabendo R\$ 80,00 (oitenta reais) ao veículo (custo líquido), enquanto a agência retém R\$ 20,00 (vinte reais) como comissão por seus serviços. Conforme previsto na Lei nº 4.680/65;
- x) **PREÇO LÍQUIDO:** Preço efetivamente pago ao veículo, deduzida a comissão da agência. No Brasil, por exemplo, um custo bruto de R\$ 100,00 (cem reais) negociado ou de tabela, seu custo líquido é R\$ 80,00 (oitenta reais) – a parte do veículo, cabendo à agência a diferença de R\$ 20,00 (vinte reais) como honorários por seus serviços. Conforme previsto na Lei nº 4.680/65;
- y) **PERMUTA:** Troca recíproca; acordo em que as partes trocam entre si propriedades, bens; transferência mútua de alguma coisa entre seus respectivos

- proprietários. Em mídia, ocorre quando o tempo ou espaço de um veículo é negociado, à base de troca, por produto ou serviço do anunciante;
- z) PEDIDO DE INSERÇÃO (PI): Documento emitido por anunciante ou agência de propaganda e que instrui o veículo sobre a inserção da mensagem publicitária e sua respectiva cobrança. Utiliza-se, também, a expressão “ordem de inserção” ou “autorização de inserção”;
- aa) COMPROVANTE DE VEICULAÇÃO. Documentação comprobatória de inserção da mensagem comercial autorizada, como recorte de anúncio ou gravação;
- bb) FATURAMENTO: Volume de negócios de uma agência, ou veículo, expresso em número bruto dos valores autorizados;
- cc) NORMAS-PADRÃO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PELAS AGÊNCIAS. Disciplinam as relações entre agências e anunciantes e definem os serviços básicos, inclusive a forma de remuneração. Foram editadas em 1960 pela Abap (Associação Brasileira das Agências de Propaganda) por recomendação do I Congresso Brasileiro de Propaganda (1957) e mais tarde incorporadas à legislação em vigor (Cf. Art. 7 do Decreto Federal nº 57.690, de 12 de fevereiro de 1966 e Lei Federal nº 4.680/65);
- dd) PATROCINADOR: Empresa, marca ou produto anunciante que se associa a um programa de TV ou rádio, seção de revista ou jornal, ou conteúdo de internet, para veicular suas mensagens. Ou que se responsabiliza pelas despesas parciais ou totais de um evento, beneficiando-se com a exposição de suas mensagens publicitárias;
- ee) PROGRAMA: Termo genérico relativo à TV e rádio, designando transmissões, regulares ou não, de shows, novelas, filmes, noticiários etc. e que compõem a programação de determinada emissora;

- ff) PROGRAMAÇÃO: Conjunto dos programas que compõem o repertório de determinada emissora de TV ou rádio;
- gg) PROGRAMAÇÃO EM BLOCO: Série de programas similares em horários contínuos. O objetivo é tornar cativo certo tipo de audiência pela manutenção de determinado tipo de programa

2. FINALIDADE

- I. Estabelecer as diretrizes de concessão de Apoio Cultural para contribuir com a promoção de projetos, atividades educativas, sociais, esportivas e artístico-culturais de interesse público no Estado da Bahia, pelo INSTITUTO DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA BAHIA - IRDEB de acordo com as orientações contidas em seu estatuto, aprovado pelo decreto nº 6.241, de 28 de fevereiro de 1997 e alterado pelo decreto nº 8828, de 18 de dezembro de 2003;

3. ÁREA GESTORA

- I. Coordenação de Marketing e Captação;

4. COMPETÊNCIAS

4.1 Compete à Diretoria Geral

- I. Aprovar a concessão de espaço na grade de veiculação para apoiar projetos e atividades educativas, sociais, esportivas e artístico-culturais;
- II. Aprovar tabelas de custos utilizadas como referência nesta concessão;
- III. Aprovar a concessão para projetos especiais que excedam à competência da Coordenação de Captação e Marketing;

4.2 Compete à Coordenação de Captação e Marketing

- I. Gerir e conduzir as concessões de Apoio Cultural e processos correlatos;

- II. Propor políticas de concessão de Apoio Cultural;
- III. Propor novas diretrizes e parcerias de Apoio Cultural;
- IV. Elaborar plano estratégico para aumento do volume e qualidade dos eventos apoiados pelo instituto;
- V. Elaborar preços e as respectivas tabelas de descontos para projetos de Apoio Cultural, submetendo-os à Diretoria Geral;
- VI. Aprovar, nos níveis de competências aplicáveis, à concessão de apoio cultural, informando-os à Diretoria Geral;
- VII. Avaliar os resultados alcançados na concessão de apoios culturais;
- VIII. Estabelecer os procedimentos pertinentes à conduta dos profissionais de apoio cultural;
- IX. Definir as rotinas a serem adotadas na concessão de apoios para os projetos apresentados;
- X. Assinar os Pedidos de Inserção, autorizando a veiculação do material publicitário nos veículos do IRDEB.

4.3 Compete à Gerência de Marketing

- I. Agir proativamente na busca de melhores eventos para ampliar a visibilidade de marca;
- II. Identificar potenciais produtoras e prospectar o mercado;
- III. Captar recursos através de apoio cultural, tendo como contrapartida, espaços em mídia na TV, rádio, web e redes sociais;
- IV. Relacionamento com clientes e produtoras;
- V. Atualizações de tabela de custos de referência para produtoras e clientes;
- VI. Cumprimento das metas estabelecidas;
- VII. Elaborar propostas para ampliar a visibilidade de marca nos eventos;
- VIII. Definir estratégias e negociações de contrapartidas;

- IX. Gerir o recebimento de PI e material para veiculação;
- X. Gerir o cadastro de pedido de inserção e acompanhamento das inserções;
- XI. Controle e banco de dados de investimento em apoio cultural;
- XII. Gerir a conferência e envio das fichas de solicitação de apoio;
- XIII. Garantir o envio de todas as marcas e de seu manual de aplicação para todas as produtoras e parceiros locais;
- XIV. Gerir o recebimento das confirmações de contrapartidas de visibilidade de marca;
- XV. Gerir as demais atividades de Apoio Cultural junto à equipe e outras áreas do IRDEB;
- XVI. Manter atualizado o cadastro de produtoras parceiras do IRDEB;
- XVII. Elaborar relatórios de Apoio Cultural, metas, comparativos, prospecção entres outros correlatos a atividade;
- XVIII. Gerir equipe subordinada;

4.4. Compete à procuradoria jurídica

- I. Examinar e aprovar, previamente, o modelo da Norma de Apoio Cultural;

4.5 Compete à Diretoria de Programação e Conteúdo

- I. Definir a quantidade, formato e duração dos intervalos da programação;
- II. Validar previamente os formatos e a quantidade de entrega de mídia sugerida pela coordenação de marketing e captação para apoio cultural;

4.6 Compete à Gerência de Programação da TVE

- I. Reservar espaço, receber, programar e veicular material de publicidade conforme descrito no Pedido de Inserção;

- II. Comunicar imediatamente à gerência de marketing sobre quaisquer falhas que ocorram em relação aos materiais publicitários programados;
- III. Comunicar previamente a gerência de marketing, quaisquer mudanças relacionadas a diminuição do tempo da grade para mídias de apoio, que podem ocorrer sazonalmente.
- IV. Comunicar previamente à gerência de marketing, quaisquer mudanças relacionadas ao formato das mídias, que possam ocorrer.

4.7 Compete à Coordenação da Rádio Educadora

- I. Reservar espaço, receber, programar e veicular material de publicidade conforme descrito no Pedido de Inserção;
- II. Comunicar imediatamente à gerência de marketing sobre quaisquer falhas que ocorram em relação aos materiais publicitários programados;
- III. Comunicar previamente a gerência de marketing, quaisquer mudanças relacionadas a diminuição do tempo da grade para mídias de apoio, que podem ocorrer sazonalmente.
- IV. Comunicar previamente à gerência de marketing, quaisquer mudanças relacionadas ao formato das mídias, que possa ocorrer.

5. PRINCÍPIOS GERAIS

- I. Poderão solicitar Apoio Cultural:
 - a) Artistas, grupos ou produtores culturais, representados por Pessoa Física ou Pessoa Jurídica de Direito Privado de natureza cultural, com projetos artísticos que vão acontecer no Estado da Bahia.
 - b) Instituições públicas ou organizações não governamentais com finalidades educacionais ou de Utilidade pública, representados por Pessoa Física ou Pessoa Jurídica, com projetos ou campanhas de natureza educativa e de interesse público que vão acontecer no Estado da Bahia.
 - c) Instituições sociais com finalidades filantrópicas ou de conscientização,

representados por Pessoa Física ou Pessoa Jurídica de Direito Privado, com projetos ou campanhas de natureza social que vão acontecer no Estado da Bahia.

d) Instituições ou grupos esportivos, representados por Pessoa Física ou Pessoa Jurídica, com projetos ou campanhas de natureza esportiva que ocorrerem no estado da Bahia.

II. Poderão ser apoiados projetos e atividades artístico-culturais, como exposições de artes visuais, espetáculos de dança, teatro, música, festivais, entre outros, através da veiculação de VTS, SPOTS ou Jingles na TVE e Rádio Educadora FM, de forma gratuita ou a um custo reduzido, conforme negociação prévia.

a) Em casos especiais, como shows e espetáculos de grande relevância, poderão ser apoiados com ampliação na divulgação, através de sorteio de ingressos nas páginas sociais da TVE e Educadora-FM, desde que aprovados previamente pela gerência marketing.

III. Poderão ser apoiados dentro da modalidade de Apoio Cultural, desde que sejam aprovados previamente pela Coordenação de Marketing, projetos e atividades de cunho social, como por exemplo: campanhas de arrecadação de alimentos, materiais higiênicos, brinquedos e/ou valores financeiros para hospitais e grupos carentes.

IV. Poderão ser apoiados dentro da modalidade de Apoio Cultural, cursos, projetos, palestras com temáticas educacionais, desde que sejam oferecidos de graça para a população, através da veiculação de VTS, SPOTS ou Jingles na TVE e Rádio Educadora FM, de forma gratuita ou a um custo reduzido, conforme negociação prévia.

V. Poderão ser apoiados dentro da modalidade de Apoio Cultural, atividades de diferentes modalidades esportivas, de cunho social, desde que seja avaliada e aprovada previamente pela coordenação de marketing.

VI. O IRDEB poderá recusar ou suspender a exibição de quaisquer mensagens que colidam com a missão, compromissos éticos das emissoras públicas, não sendo permitida a veiculação de mensagens que:

- a) Estimulem a intolerância, violência, preconceito, constrangimento público de pessoas ou grupos sociais e consumismo;
- b) Conttenham proselitismo político, pessoal ou religioso, e expor conteúdo grosseiro, imoral ou pornográfico;
- c) Conttenham publicidade de varejo que conttenham preço, promoção de remédios, bebidas alcoólicas, agrotóxicos e complementos alimentares.
- d) Sem finalidade cultural, social, esportiva ou educacional (conforme itens II e III do capítulo 4, desta norma) ou que não sejam entregues na forma e prazo indicados neste documento.

VII. Serão consideradas modalidades de apoio cultural:

- a) Veiculação gratuita: projetos, atividades ou campanhas que não estejam sendo anunciados ou prevejam anúncio(s) em outros veículos de mídia eletrônica (TV e rádio) mediante desembolso financeiro;
- b) Custo Especial de Apoio Cultural: projetos, atividades ou campanhas que estejam sendo anunciados ou prevejam anúncio(s) em outros veículos de mídia eletrônica (TV e rádio), mediante desembolso financeiro poderão ter apoio através de negociação especial.

VIII. As solicitações de apoio deverão ser entregues no IRDEB, Rua Pedro gama, 413 – Federação, na Gerência de Captação e Marketing, ou enviadas por e-mail pelo responsável, através do preenchimento de formulário padrão de solicitação de apoio do IRDEB, contendo as seguintes informações:

- a) Resumo do projeto ou atividade, justificativa para o apoio, assim como

contatos e dados (email, telefone, endereço, CPF ou CNPJ) da pessoa ou da Instituição responsável pela solicitação;

- b) Descrição do projeto ou atividade, indicando, entre outras informações, período e local de realização, ficha técnica e público-alvo;
- c) Declaração de não pagamento de anúncios do projeto ou atividade em outros veículos de mídia eletrônica, se for o caso;
- d) Plano de divulgação do projeto ou atividade, indicando possíveis contrapartidas, conforme Capítulo 6 deste documento;

IX. As marcas de outros apoiadores ou patrocinadores do evento ou projeto, não poderão constar no material de apoio.

X. O IRDEB responderá a solicitação de apoio em até 48h após o recebimento, através do email do responsável pelo projeto ou atividade.

XI. Caso aprovada a solicitação de apoio, o responsável pelo projeto ou atividade deverá apresentar o(s) anúncio(s), de preferência com antecedência de até 2 dias úteis antes da data pretendida para o início da veiculação.

XII. O IRDEB não produzirá material de divulgação (VT ou SPOT) de nenhum projeto ou atividade.

XIII. Estarão disponíveis às entidades públicas e privadas, espaços em mídia de publicidade institucional que serão ofertados em contrapartida à concessão por meio de apoio cultural, respeitando as características de conteúdo institucional de suas mídias de patrocínio e a disponibilidade de espaço para veiculação, considerando limite máximo de 10% do tempo total da grade de programação de cada veículo;

XIV. A atividade de cessão de apoio Cultural nos veículos do IRDEB envolve datas, formatos, etc. com o objetivo de garantir clareza, precisão e

agilidade, a TV e Rádio apenas considerarão as instruções, ressalvas, observações e estipulações que sejam incluídas em pedidos de inserção (P.I.) e/ou quaisquer outros documentos emitidos com a mesma finalidade.

XV. A concessão de apoio cultural poderá ser realizada diretamente junto à pessoa física solicitante ou por meio de sua produtora cultural ou Instituição.

XVI. A qualidade e a integridade da programação da TVE e RÁDIO EDUCADORA impõem inclusive ao intervalo de programação a observância de padrões técnicos, legais e éticos. A emissora reserva-se o direito de não veicular peças (VT e/ou SPOT) enviados fora de uma qualidade mínima e do padrão.

a) TVE: O material deve ser enviado, por email (de preferência via link), em MOV, Apple ProRes 1920x1080 ou MXF, formato 1080i, Dual Mono, 4 canais, 60 CDR, em horário comercial, até 2 dias úteis do dia previsto para iniciar a veiculação.

b) RADIO EDUCADORA: O material deve ser enviado por e-mail (formato MP3 e com um BG), em horário comercial, até 02 dias úteis do dia previsto para iniciar a veiculação.

XVII. Visando o equilíbrio entre o público interesse dos eventos e/ou campanhas e a abrangência dos veículos de comunicação do IRDEB, a aceitação das Mídias para veiculação na TVE e na Rádio Educadora, seguirão análise referente a critérios de abrangência dos eventos que ocorrerão no território da Bahia conforme segue:

A) TVE:

Serão qualificados para veiculação, VTS sobre eventos ou campanhas considerado de médio ou grande porte previstos para serem realizados em Salvador ou outro município da Bahia, desde que tenham no escopo do seu público de interesse a atração de telespectadores de até no mínimo

05 cidades do estado (que tenham o sinal da TVE) ou unicamente para Salvador (uma vez que a capital tem maior número de habitantes em comparação as outras cidades).

VTs com a finalidade de divulgar evento ou campanha de pequeno porte, que objetiva atingir público de abrangência reduzida para uma ou poucas cidades, não serão permitidos para veiculação.

B) RÁDIO:

Serão qualificados para veiculação na programação da rádio educadora FM, SPOTS ou jingles sobre evento ou campanha considerado previstos para serem realizados em Salvador ou outro município da cobertura da Rádio Educadora, desde que tenham no escopo do seu público de interesse a atração de ouvintes das cidades de alcance do sinal da rádio.

SPOT'S com a finalidade de divulgar evento ou campanha de pequeno porte, que objetiva atingir pequeno grupo ou público de abrangência reduzida para uma ou poucas cidades, não serão permitidos para veiculação.

C) Cada peça de divulgação recebida, será analisada pela coordenação de marketing, sobre suas características com vistas a garantir que atenda as especificações dos itens A e B deste capítulo, antes de serem veiculadas.

6. FORMATOS DE MÍDIA

I. As veiculações na TVE devem considerar os seguintes formatos:

a) VT: Os anúncios deverão possuir 12 ou 27 segundos, sendo os 03 (três) segundos finais reservados a assinatura do veículo.

II. As veiculações na Rádio Educadora devem considerar os seguintes formatos:

a) *SPOT*: Os anúncios deverão possuir 12 ou 27 segundos, sendo os 03 (três) segundos finais reservados a assinatura do veículo, com BG de fundo

III. As Mídias referente aos itens I e II deste capítulo, devem estar em qualidade de imagem e áudio, sem ruídos ou defeitos técnicos para serem veiculados. Caso não apresentem a qualidade mínima, serão devolvidos para o solicitante refazer os ajustes necessários.

IV. Peças de 45" ou 60", só serão permitidas com avaliação e aprovação prévia da coordenação de marketing.

7. PARÂMETROS DE DIVULGAÇÃO

I. O espaço de mídia/número de inserções para cada projeto ou atividade, no caso de veiculação gratuita, será definido pelo IRDEB. Os eventos serão categorizados em segmentos com base no conteúdo, relevância social e disponibilidade na grade, seguindo os seguintes parâmetros:

a) **Eventos Comerciais**: Para eventos comerciais a veiculação será executada a partir de 10 dias que antecedem o evento, tendo como base 02 inserções por dia nos veículos TVE e 03 na Rádio Educadora FM.

b) **Eventos não Comerciais**: Para eventos não comerciais a veiculação será executada a partir de 15 dias que antecedem o evento, tendo como base até 03 inserções por dia na TVE e três inserções por dia na Rádio Educadora FM.

c) **Eventos com Transmissão dos Veículos TVE e/ou Rádio Educadora FM**: Para eventos com transmissão da TVE e/ou Educadora FM, a veiculação será tratada caso a caso, referente ao quantitativo de dias e números de inserções. Nestes casos, também, faremos chamadas especiais de transmissão na TVE, na Educadora FM e nas redes sociais

d) A quantidade de inserções diárias, poderão ser maiores que o determinado nos itens (a) e (b) deste capítulo, dependendo da justificativa da campanha e desde que seja avaliada e aprovada previamente pela coordenação de marketing.

e) **IMPORTANTE: No caso de haver contrapartidas referentes à concessão de ingressos, as inserções só serão veiculadas após o envio dos mesmos.**

8. CONTRAPARTIDA DE VISIBILIDADE DE MARCA

É de responsabilidade da produtora com aprovação de concessão de Apoio Cultural:

- I- Fornecer ao IRDEB uma cota de convites correspondentes a capacidade total do local onde o projeto ou atividade será realizado, seguindo os seguintes parâmetros:
 - a) Capacidade de Público de **Até 100** Pessoas: **02 Pares**
 - b) Capacidade de Público de **100 a 300** Pessoas: **03 Pares**
 - c) Capacidade de Público de **300 a 500** Pessoas: **05 Pares**
 - d) Capacidade de Público de **500 a 1.000** Pessoas: **08 Pares**
 - e) Capacidade de Público de **1.000 a 3.000** Pessoas: **10 Pares**
 - f) Capacidade de Público Acima de **3.000** Pessoas: **15 Pares**
- II- Incluir a marca do veículo apoiador (TVE ou Rádio Educadora) em todo(s) material (ais) de divulgação online e offline do projeto ou atividade.
- III- Exibir o VT Institucional da TVE, Antes do Evento, no Telão;
- IV- Inserção da Marca em Backdrop de Entrevistas do Evento;
- V- Citação dos Artistas e Apresentadores em Caso de Transmissão do Evento;
- VI- Espaço para Ação Promocional de Divulgação em Caso de Transmissão do Evento;
- VII- Bolsas de cursos ou oficinas para os profissionais do IRDEB.
- VIII- Será solicitado ao produtor/realizador do evento/ação apoiado, o envio por email, de pelo menos uma foto de um dos materiais de divulgação contendo nossas marcas, conforme o acordado como contrapartida, para fins de relatório do IRDEB. (ex.: cartaz, panfleto, card...)

9. PROCESSOS DE CONCESSÃO

- I. **TABELA DE PREÇOS:** Os valores de apoio cultural por meio da publicidade institucional praticados pela TVE e Rádio Educadora derivam de tabela de custos, com valores unitários referentes a cada programa da grade dos respectivos veículos tendo como base a inserção de 30". Seus valores serão reajustados anualmente conforme o Índice Geral de Preços Médios, publicado pela Fundação Getúlio Vargas. A conversão dos valores unitários para os demais formatos descritos acima para a TV e Rádio seguem os seguintes parâmetros: 05" - 0.33 vezes o valor de inserção de 15"; 15" - 0.7 vezes o valor da inserção de 30"; 45" - 1.5 vezes o valor da inserção de 30", 60" - 2.0 vezes o valor da inserção de 30" e 90" - 3.0 vezes o valor da inserção de 30".
- II. **CADASTRO DO CLIENTE:** As produtoras e clientes terão cadastro prévio preenchidos em formulário e aprovados pela coordenação de marketing e captação. No caso das produtoras o cadastro contará com a descrição dos espetáculos representados por ela.
- III. **PEDIDO DE INSERÇÃO:** Após a ativação do cadastro do cliente/produtora, toda a aquisição de apoio cultural por meio de publicidade institucional se dará através da emissão do PEDIDO DE INSERÇÃO (PI), documento que especifica o conjunto de inserções, posicionamento destas na grade de programação, valor unitário, total, negociado e líquido do conjunto de inserções, bem como outros referentes ao faturamento deste. O PI deverá estar preenchido com todas as informações do cliente, da produtora e do material a ser veiculado. O documento deverá estar devidamente assinado pelo cliente e/ou produtora que o representa, bem como pelo gerente de marketing.
- IV. **NEGOCIAÇÃO E LIMITE DE DESCONTO:** Considerando a dinâmica

do mercado de publicidade e a natureza intangível do serviço de publicidade institucional, os descontos serão dinâmicos, levando em conta a dinâmica de negociação de cada apoio cultural, a disponibilidade *versus* demanda de espaço em mídia. Serão utilizados de modo a otimizar sempre a ocupação dos espaços disponíveis, fidelizar e ampliar a carteira de apoiadores. A concessão de desconto poderá ocorrer por meio de descontos financeiros ou de reaplicação, onde o percentual concedido é disponibilizado em mídia. A alçada de competência para aplicação dos descontos de negociação obedecerá aos seguintes parâmetros:

- a) Desconto de 35% - Gerente
- b) Desconto de 35% a 65% - Coordenador de Marketing e Captação
- c) Desconto acima de 65% - Diretor Geral

V. **COMPENSAÇÃO POR FALHA NA VEICULAÇÃO:** Caso ocorra falha na veiculação definida no pedido de inserção, esta será imediatamente informada ao Gerente de Marketing pelo Gerente de Programação, no caso de inserções referentes à TVE e pela Coordenadora de Rádio, no caso da Rádio Educadora. O Gerente de Marketing por sua vez, será o responsável por informar ao cliente a ocorrência da falha, podendo oferecer a este, uma compensação por esta falha. Todo ajuste que ocorrer deverá ser registrado em novo pedido de inserção que cancelará e substituirá o pedido de inserção original. O documento deverá estar devidamente assinado pelo cliente e/ou produtora que o representa, bem como pelo gerente de marketing.

VI. **COMPROVAÇÃO DE VEICULAÇÃO:** Não serão fornecidas comprovações de veiculação para concessões de Apoio Cultural, exceto quando autorizado pela Coordenação de Marketing.

VII. **FATURAMENTO:** Para os casos de Apoio Cultural com faturamento, o Gerente de Marketing encaminhará à coordenação de administração

financeira – CAF o pedido de faturamento em formulário específico, anexando uma cópia do pedido de inserção e o comprovante de veiculação. O pedido de faturamento será encaminhado em até 05 cinco dias úteis após o recebimento do comprovante de veiculação.

10. FORMULÁRIOS E OUTROS DOCUMENTOS

I. FORMULÁRIO DE SOLICITAÇÃO DE APOIO

I. FORMULARIO DE SOLICITAÇÃO DE APOIO

Data de solicitação:		Responsável:	
Empresa Proponente:			
Telefone Fixo:		Telefone Celular:	
E-mail:			
Endereço e CEP:			
CNPJ (Pessoa Jurídica) ou CPF (Pessoa Física):			
Informações do Evento			
Nome do Evento:		Valor da Entrada:	
Datas e horários:		Classificação Indistinta:	
Categoria (Bola, Dança, Teatro, etc.):	Público Alvo:	Local:	
Breve Descrição do Evento:			
Solicitação de Mídia			
Por favor, marque abaixo as opções desejadas:			
1. Onde deseja veicular seu material?		2. Qual o formato de seu material?	
TVE Bahia		12 segundos	27 segundos
107.5 Educadora FM		12 segundos	27 segundos
Contrapartidas			
Por favor, marcar com um (x) e quantificar as contrapartidas oferecidas:			
3.	TIPOS	QUANTIDADE	
	INGRESSOS		
	PAQUETES/PLATA		
	CARTAZES		
	EMAIL MARKETING		
	CARDS VIRTUAIS		
	SITE		
	AGENDA		
OUTROS:			
Ao assinar este formulário, você declara que recebeu o informativo e está de acordo com as Normas de Apoio Cultural estabelecidas pelo IRDEB.			
Data:		Assinatura do Responsável:	
PARA USO INTERNO			

II. PEDIDO DE INSERÇÃO RÁDIO

		PEDIDO DE INSERÇÃO			
Veículo: EDUCADORA FM Rua Pedro Gama, 413 E - Alto do Sobradinho, Federação (40.321-000) Salvador / Ba		Emissão: Período:			
Cliente: IRDEB					
Produto:					
CNPJ/CPF		ENDEREÇO			
Código A	Título da(s) Peça(s)	Características da(s) Peça(s)			
Ins					
Posição					
Peça					
Indeterminado					
Ins					
Valor Unitário					
Valor Total					
Total Bruto: 0,00					
APOIO CULTURAL					
Total Líquido: 0,00					
Observações:					
Contrapartida:					
Assinatura do responsável					
Coordenador de Marketing e Captação		RECEBIDO POR:		EM	
CR:		EM		Gerente de Marketing	

III. PEDIDO DE INSERÇÃO TV

		PEDIDO DE INSERÇÃO			
Veículo: TVE BAHIA Rua Pedro Gama, 413 E - Alto do Sobradinho, Federação (40.321-000) Salvador / Ba		Emissão: Período:			
Cliente: IRDEB					
Produto:					
CNPJ/CPF		ENDEREÇO			
Código A	Título da(s) Peça(s)	Características da(s) Peça(s)			
Ins					
Posição					
Peça					
Indeterminado					
Ins					
Valor Unitário					
Valor Total					
Total Bruto: 0,00					
APOIO CULTURAL					
Total Líquido: 0,00					
Observações:					
Contrapartida:					
Assinatura do responsável					
Coordenador de Marketing e Captação		RECEBIDO POR:		EM	
CTV:		EM		Gerente de Marketing	

11. LEGISLAÇÃO E NORMA DE REFERÊNCIA

- Decreto 6241/97 | Decreto nº 6.241 de 28 de fevereiro de 1997
- Decreto 8828/03 | Decreto nº 8.828 de 18 de dezembro de 2003
- Lei No. 9.637, de 15 de maio de 1998
- Decreto No. 5.396 de 21 de março de 2005
- Lei No. 11.652, de 07 de abril de 2008
- Lei No. 4.680, de 18 de junho de 1965
- Decreto No. 4.563, de 31 de dezembro de 2002
- Decreto No. 57.690, de 01 de fevereiro de 1966
- Normas Padrão da Atividade Publicitária - CENP

12 . LEGISLAÇÃO E NORMA DE REFERÊNCIA

- Decreto 6241/97 | Decreto nº 6.241 de 28 de fevereiro de 1997
- Decreto 8828/03 | Decreto nº 8.828 de 18 de dezembro de 2003
- Lei No. 9.637, de 15 de maio de 1998
- Decreto No. 5.396 de 21 de março de 2005
- Lei No. 11.652, de 07 de abril de 2008
- Lei No. 4.680, de 18 de junho de 1965
- Decreto No. 4.563, de 31 de dezembro de 2002
- Decreto No. 57.690, de 01 de fevereiro de 1966
- Normas Padrão da Atividade Publicitária - CENP