

---

# Práticas e normas para inserção - veiculação





# Sumário

<b>1. Legislação e autorregulamentação</b>	<b>pg 04</b>
<b>2. Mapas reservas e autorizações</b>	<b>pg 04</b>
<b>3. Regras de preservação da qualidade dos intervalos limitam a exibição de</b>	<b>pg 05</b>
<b>4. Material de exibição</b>	<b>pg 06</b>
<b>5. Alteração de programação e falhas na exibição de comerciais</b>	<b>pg 07</b>
<b>6. Cancelamento</b>	<b>pg 08</b>
<b>7. Condições de pagamento</b>	<b>pg 08</b>
<b>8. Multiplicidade</b>	<b>pg 08</b>
<b>9. Formato editorial</b>	<b>pg 09</b>
<b>10. Exibição colada</b>	<b>pg 09</b>
<b>11. Concorrência</b>	<b>pg 09</b>
<b>12. Espetáculos e diversões públicas</b>	<b>pg 09</b>
<b>13. Número de telefone</b>	<b>pg 10</b>
<b>14. Agências</b>	<b>pg 10</b>
<b>15. Direitos autorais, conexos etc.</b>	<b>pg 10</b>
<b>16. Lei Rouanet</b>	<b>pg 11</b>
<b>17. Formatos</b>	<b>pg 11</b>
<b>18. Praças - cobertura</b>	<b>pg 13</b>

# 01. **Legislação e autorregulamentação**

As práticas de veiculação da Rádio e TV Universitária de Uberlândia, emissoras da Fundação Rádio e Televisão Educativa de Uberlândia estão balizadas nos fundamentos éticos dos seguintes códigos e estatuto vigentes no nosso país:

- Agência Nacional de Cinema – ANCINE
- Agência Nacional de Telecomunicações – ANATEL
- Cadastro de Fornecedores do Governo Federal – SICAF
- Código de Proteção e Defesa do Consumidor – PROCON
- Escritório de Arrecadação de Direitos Autorais – ECAD
- Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), especialmente nos capítulos I e II do Título III (Da Prevenção)
- Normas éticas que constam no Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária do CONAR
- Portal de Convênios do Governo Federal – SICONV
- Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovação e Comunicação – MCTIC
- Ministério da Educação - MEC
- Ministério do Trabalho - MT

A Rádio e a TV Universitária reservam-se o direito de recusar ou suspender a veiculação de material que estejam em desacordo com as normas éticas que fundamentam a política de veiculação e inserção na grade de programação das emissoras de Rádio e Televisão.

# 02. **Mapas reservas e autorizações**

Mapas e/ou autorizações de programação deverão seguir os seguintes critérios: devidamente assinados pelo representante legal da empresa; dados cadastrais completos e corretos da agência/cliente; claramente preenchidos com o período de veiculação, programas, quantidade de inserções, produto(s), título(s) e duração do(s) filme(s), emissora/mercado, forma de pagamento e negociação; identificação no caso de cancela e substitui, com a menção do documento anterior e data de sua emissão; legíveis, sem rasuras, ressalvas ou emendas.

## 03. Regras de preservação da qualidade dos intervalos limitam a exibição de:

- Mensagens que exibam ou estimulem o apelo erótico, a intolerância, o preconceito, o constrangimento público e a violência contra qualquer ser vivo.
- Bebidas alcoólicas, agrotóxicos, armas e cigarros.
- Mensagens de qualquer produto que não tenham registro e aprovação nos órgãos públicos municipais, estaduais e federais e remédios que necessitem de receita médica.
- Mensagens comerciais destinadas à criança que se baseiem no apelo explícito de pedidos aos pais para que comprem determinado produto. Para todos os programas do gênero infantil, o filme veiculado no intervalo deverá ser institucional, ficando proibida a veiculação de mensagens comerciais destinadas à criança que se baseiem no apelo explícito de pedidos aos pais para que comprem o produto.
- Comerciais de medicamentos que não estão de acordo com a legislação e a autorregulamentação específica (ANVISA). É proibida a propaganda de medicamentos que só podem ser vendidos com prescrição médica.
- Comerciais de qualquer produto que não tenha registro e aprovação nos órgãos públicos municipais, estaduais e federais.

**Intervalos** – *Exibição colada* – se a quantidade de material reservado num mesmo programa for maior que a quantidade de intervalos, eles serão programados separadamente. Porém, não havendo outra possibilidade, serão exibidos em sequência.

**Concorrência** – inserções de produtos concorrentes serão veiculadas em intervalos diferentes, sempre que possível. Caso contrário, terão sua exibição no mesmo intervalo, separado por outros comerciais.

# 04. Material de exibição

## TV Universitária

A TV Universitária opera com material no formato analógico SD, sendo ( DVD 720 x 480 AVI - NTSC DV - Zero dB). O envio do material poderá ser feito pelo meio físico ou eletrônico. Abaixo, seguem as orientações para cada formato. O prazo para substituição de material será o mesmo mencionado para cada forma de envio do material.



### MEIO FÍSICO

Formato SD: DVD 720 x 480AVI - NTSC DV , Zero dB –

Programação da emissora: de segunda a sábado

Enviar com 4 dias de antecedência

Programação da emissora: de segunda a sábado

E-mail: [atendimentoortu@gmail.com](mailto:atendimentoortu@gmail.com)

**Domingo entramos em rede. Não temos programação local.**

**Endereço para entrega de material físico:**

Fundação Rádio e Televisão Educativa de Uberlândia

TV Universitária

**Setor de Atendimento**

Av. João Naves de Ávila, 2121 - Bloco 1S - *Campus* Santa Mônica -  
Bairro Santa Mônica, Uberlândia - MG - CEP. 38.408-144



### MEIO ELETRÔNICO

WeTransfer – <http://wetransfer.com>

Capacidade: 2G

Formato SD: DVD 720 x 480AVI - NTSC DV – Zero dB

Enviar com 2 dias de antecedência (48h)

E-mail: [atendimentoortu@gmail.com](mailto:atendimentoortu@gmail.com)

Programação da emissora: de segunda a sábado.

**Domingo entramos em rede. Não temos programação local.**

Após o último dia de exibição, o material ficará à disposição da agência ou cliente, pelo prazo de 60 (sessenta) dias. Findado este prazo, a TV Universitária, independentemente de consulta, poderá inutilizar o(s) material(is).

Para as veiculações provenientes de geração, o prazo é de 30 (trinta) dias. Para cartelas de Lei Rouanet, o prazo será o mesmo citado acima.

A claquete do comercial deverá obedecer à seguinte padronização: 5 segundos de claquete, com as seguintes informações: agência, cliente, produto, data, título, duração e produtora; 2 segundos de “fade-in” e registro ANCINE. O título e a duração constantes das claquetes dos comerciais deverão ser idênticos aos mapas/autorizações de programação. Os títulos dos materiais deverão ser informados no momento da aquisição da mídia. Caso isso não ocorra, é imprescindível constar dos mapas de compra e legendas de cada inserção programada, que devem ser substituídas dentro dos prazos estabelecidos. Para evitar falhas e/ou exibição de materiais trocados, o ideal é a gravação de um único material por mídia.

### **Rádio Universitária FM**

O material a ser veiculado na Rádio Universitária FM deverá ser enviado com 2 (dois) dias de antecedência, em formato MP3/MP4, acompanhado de PI – Pedido de Inserção, devidamente assinada pelo cliente e/ou agência. O e-mail para envio do material é [atendimentortu@gmail.com](mailto:atendimentortu@gmail.com). O spot deverá estar conforme especificado no item 3.

## **05. Alteração de programação e falhas na exibição de comerciais**

A Rádio e a TV Universitária reservam-se o direito de alterar horários e títulos de programas. Neste caso, prevalecerá a faixa horária reservada. Se um programa de linha vier a ser substituído por algum evento ou programa especial, será adotado um dos seguintes procedimentos:

- Exibição do material no evento em substituição ao programa cancelado;
- Compensação no mesmo programa em outra data a ser determinada;

- Composição posterior, pelo valor de exibição, podendo haver compensação em outro programa;
- Abatimento de fatura do valor negociado da veiculação.

Para falhas na exibição do comercial, será adotado um dos procedimentos:

- Compensação no mesmo programa em outra data a ser determinada;
- Composição posterior, pelo valor de exibição, podendo haver compensação em outro programa;
- Abatimento de fatura do valor negociado da veiculação.

Os comprovantes de exibição serão enviados juntos com a nota fiscal. Não serão aceitos questionamentos sobre falhas após o vencimento da nota fiscal.

## 06. **Cancelamento**

A Rádio e a TV Universitária aceitarão o cancelamento de uma reserva, desde que a solicitação dele seja feita por escrito, em até 30 (trinta) dias antes da primeira veiculação. Caso contrário, haverá faturamento sem crédito.

## 07. **Condições de pagamento**

O anunciante terá até o dia 10 (dez) do mês subsequente ao da veiculação para efetuar o pagamento.

## 08. **Multiplicidade**

A inserção que promove mais de um produto, serviço, empresa ou marca, seja em áudio ou vídeo, é considerado múltipla. Neste caso, a Rádio e a TV Universitária adotarão os seguintes critérios:

- A inserção de varejo não estará sujeita a acréscimos, desde que ele faça somente alusão aos produtos, serviços, empresas ou marcas.

## 09. **Formato editorial**

Deverá ter a tarja INFORME PUBLICITÁRIO em toda a duração do comercial que apresentar formato editorial e/ou jornalístico.

## 10. **Exibição colada**

Caso a quantidade de material reservados em um mesmo programa seja maior que a quantidade de intervalos, eles serão programados separadamente. Porém, não havendo outra possibilidade, serão exibidos em sequência.

## 11. **Concorrência**

Materiais de produtos concorrentes serão exibidos em intervalos diferentes, sempre que possível. Caso contrário, terão suas exibições no mesmo intervalo, separados por outros comerciais.

## 12. **Espetáculos e diversões públicas**

A veiculação do comercial que divulga espetáculos e diversões públicas estará vetada se ele não tiver a indicação oficial da faixa etária que foi classificada, mesmo que esta seja livre.

## 13. **Número de telefone**

Todo comercial que, em seu conteúdo, constar o número de telefone (áudio e vídeo) deverá fazer menção do respectivo DDD.

## 14. **Agências**

O desconto de agência atribuído pelo veículo tem natureza de del credere. Em virtude desta cláusula, a agência é solidariamente responsável pelo pagamento das exibições de seus clientes. Fundamento legal: Art. 17 da Lei nº 4.680/65, item 12 do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, item 2.4 das Normas Padrão da Atividade Publicitária de 6/12/98 e art. 698 do Código Civil - Lei nº 10.406/2002. Nos termos da regulamentação em vigor, o cliente direto não faz jus ao “desconto de agência”. Fundamento legal: Art. 11, § único da Lei nº 4.680/65 e itens 2.5.1 e 4.3 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, de 16/12/98.

## 15. **Direitos autorais, conexos etc.**

O veículo de comunicação não é parte nos contratos entre anunciantes, agências de publicidade, produtoras e titulares de direitos autorais, conexos, de imagem, de arena, de propriedade intelectual e industrial ou de quaisquer outros envolvidos nos processos de criação e produção dos filmes publicitários a serem exibidos. A responsabilidade pelo conteúdo das mensagens publicitárias, bem como pela sua conformidade com a legislação vigente, é integralmente do cliente e/ou anunciante.

## 16. **Lei Rouanet**

A Lei de Incentivo à Cultura nº 8.313/91, Lei Rouanet, é uma lei federal instituída pelo Ministério da Cultura, que tem como objetivo incentivar as práticas culturais. Por meio desta lei, as empresas podem apoiar ou patrocinar os projetos e programas da Rádio e TV Universitária, tendo a possibilidade de abater parte do investimento no imposto de renda devido.

## 17. **Formatos**

A Rádio e a TV Universitária de Uberlândia são emissoras educativas da Fundação Rádio e Televisão Educativa de Uberlândia-RTU. Em virtude da legislação vigente preconizada pelo Ministério das Comunicações, os patrocinadores de programas, chamadas e outras exibições na grade de programação da emissora educativa são mencionados como apoio cultural. Mostra-se, a seguir, a estrutura de inserções para a grade de apresentação da Rádio e da TV Universitária de Uberlândia.

### **ESTRUTURA DE APOIO CULTURAL**

- ▶ Abertura - com citação e spot institucional do cliente;
- ▶ Passagem - com citação e spot institucional do cliente;
- ▶ Encerramento - com citação e spot institucional do cliente;
- ▶ Chamadas - veiculações de chamadas institucionais na grade de programação rotativa da emissora, divulgando o programa, programete, drops etc.

### **PROGRAMAS – 60 MINUTOS**

Temas diversos - ver mídia kit

Duração - 60' (sessenta minutos), em média

\*Intervalos – 3 intervalos de 20 minutos

## **PROGRAMAS – 30 MINUTOS**

\*Intervalos – 2 intervalos de 15 minutos

## **DROPS – de até 5 MINUTOS**

Pílulas sobre cultura, música, entretenimento, lazer, saúde, qualidade de vida, educação, esporte, meio ambiente, sustentabilidade, pesquisa, ciência, notícias, informativos dentre outros temas, com duração de até 5 minutos, que são divulgados na programação rotativa da emissora, em horários pré-definidos.

## **PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA**

PUP – as inserções de utilidade pública recebem um desconto de 20% a 30% do valor praticado na tabela de preços.

## **PROGRAMETES - de até 5 minutos**

### **Formatos específicos para a TV Universitária**

#### **VÍDEO AULAS – 30 MINUTOS**

Produção de videoaulas para Centro de Ensino a Distância – EADs.

#### **DOCUMENTÁRIOS, MINI-DOCS, PROGRAMAS E PROGRAMETES**

Produção de documentários, mini-docs, programas e programetes.

**VT 15" - 30" - 45" - 60" - 90" - 120"**

### **Formatos específicos para a Rádio Universitária**

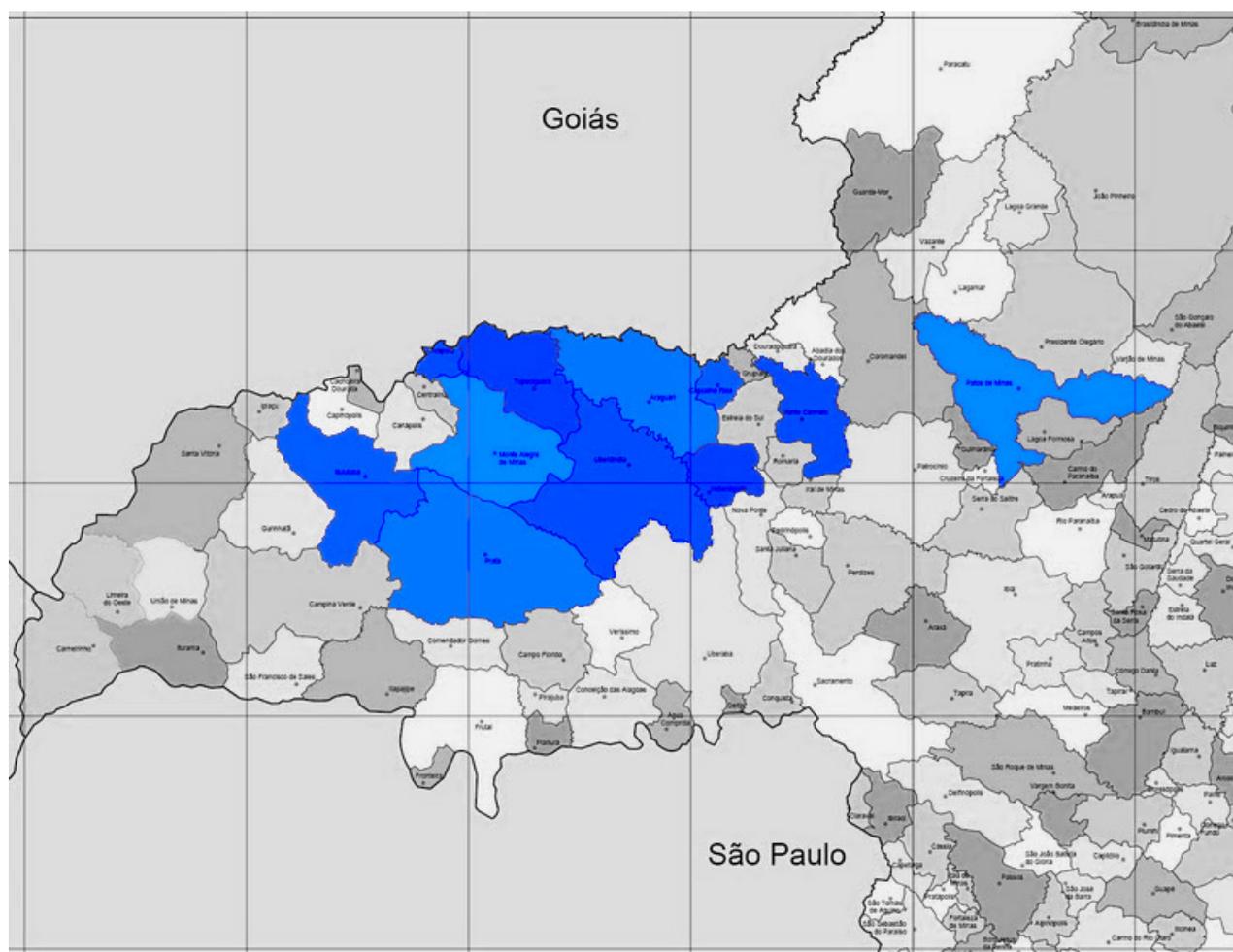
**HORA CHEIA - de até 10"** - Nota de interesse público

**HORA MEIA - de até 10"** - Nota de interesse público

**TEMPERATURA - de até 10"** - Nota de interesse público

**SPOTS - 10" – 15" – 30" – 45" – 60" – 90" – 120" e Testemunhal**

# 18. Praças - cobertura



Mapa de Minas Gerais. Escala 1: 1.500.00. Fonte: Base Cartográfica - Folhas de Carta do Brasil

A cobertura das emissoras abrange a cidade de Uberlândia e os municípios circunvizinhos de Monte Alegre de Minas, Araguari, Tupaciguara, Monte Carmelo, Patos de Minas, Ituiutaba, Araporã, Indianópolis, Prata e Cascalho Rico. Estima-se 1,5 milhão de telespectadores e ouvintes em toda a região. Não temos concorrência na cidade. A Rádio e Tv Universitária são emissoras educativas que oferece em sua grade de programação conteúdos de bom gosto, qualidade e estilo.

## **Práticas e normas para inserção - veiculação**

**Diretora Executiva:** Marília Reis

**Design Gráfico:** Carlos Gabriel Ferreira

### **Fundação Rádio e Televisão Educativa de Uberlândia**

Av. João Naves de Ávila, 2121 - Bloco 1S - Campus Santa Mônica

Bairro Santa Mônica - Uberlândia, Minas Gerais - CEP. 38408-144

(34) 3239 4353 - gerenciartu@gmail.com

(34) 3239 4554 - atendimentortu@gmail.com

CPNJ: 22.225.247/0001-49

[www.rtu.ufu.br](http://www.rtu.ufu.br)

[www.universitariafm.ufu.br](http://www.universitariafm.ufu.br)



Fundação Rádio  
e Televisão Educativa  
de Uberlândia



[www.rtu.ufu.br](http://www.rtu.ufu.br)