



CONDIÇÕES GERAIS DE CONTRATAÇÃO DE PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO COMERCIAL

INFORMAÇÃO COMERCIAL N° 001/22
27.12.2021

www.mediacapitalcomercial.pt

ÍNDICE

I. DISPOSIÇÕES GERAIS

1. Objeto	4
2. Normas aplicáveis	4
3. Partes contratantes	4
4. Responsabilidade dos clientes	5
5. Modalidades de comunicação comercial.....	5
6. Visionamento prévio	5

II. PROCESSO DE CONTRATAÇÃO DE PUBLICIDADE

1. Negociação / Condições comerciais.....	5
2. Ordens de publicidade	6
3. Ordens de confirmação e contrato de difusão de publicidade.....	7
4. Alterações e anulações de ordens de publicidade e de contratos de difusão de publicidade	7
5. Regras de avaliação de eventuais compensações	9
6. Agrupamentos de marcas / anunciantes para compra de espaço	10
7. Mudança de agência de meios, de comunicação ou de central de compras.....	10
8. Substituição de um spot	10
9. Entrega do material publicitário.....	10
10. Características técnicas do material para emissão (suportes físicos).....	11
11. Características técnicas do material para emissão e produção (em ficheiro).....	13

III. CONTEÚDO DA COMUNICAÇÃO COMERCIAL AUDIOVISUAL

1. Normas reguladoras	14
2. Anúncios alusivos a programas da TVI.....	15
3. Anúncios alusivos a programas de outras estações.....	15
4. Responsabilidade pela utilização e pelo conteúdo dos anúncios	15
5. Publicidade multiproduto.....	16
6. Cartões de patrocínio	16

IV. CARACTERÍSTICAS DA EMISSÃO PUBLICITÁRIA

1. A emissão publicitária	17
2. Localizações especiais	17
3. Alterações de programação	18
4. Responsabilidade da TVI	18

V. CONDIÇÕES ECONÓMICAS

1. Tabelas de preços de venda de espaço para difusão de mensagens publicitárias.....	19
2. Custo mínimo por exibição de cada spot	19
3. Faturação.....	19
4. Condições de pagamento.....	19
5. Prémios de produção anual – Centrais de Compra/Agências de Meios/Agências de Comunicação	20
6. Descontos especiais.....	20

VI. VIGÊNCIA

1. Entrada em vigor	21
2. Alterações.....	21

VII. CONFIDENCIALIDADE

VIII. FORO

IX. CIRCUNSTÂNCIAS NÃO PREVISTAS.....

I. DISPOSIÇÕES GERAIS

1. OBJETO

A TVI (Televisão Independente, S.A., sociedade anónima com sede na Rua Mário Castelhana, n.º 40, Queluz de Baixo, freguesia de Barcarena, concelho de Oeiras, com o capital social de € 15.926.021,21, integralmente subscrito e realizado, matriculada na Conservatória do Registo Comercial de Cascais, com o número de matrícula e de pessoa coletiva único 502 529 750) é atualmente responsável pela comercialização de comunicação comercial audiovisual nos seguintes canais:

- TVI
- CNN PORTUGAL
- TVI INTERNACIONAL
- TVI REALITY
- TVI FICÇÃO

(doravante abreviadamente designados no seu conjunto por "Canais TVI").

2. NORMAS APLICÁVEIS

A contratação de publicidade e de comunicação comercial audiovisual a difundir nos Canais TVI reger-se-á pelas presentes Condições Gerais, pela legislação nacional e internacional aplicável, designadamente a Lei da Televisão na sua atual redação, o Código da Publicidade e outros diplomas pertinentes, a Diretiva 2010/13/UE, de 10 de Março, sobre Serviços de Comunicação Social Audiovisual e a Convenção Europeia sobre Televisão Transfronteiriça e, bem assim, pelos acordos de autorregulação em matéria de menções de Patrocínio e Colocação de Produto e Ajudas à Produção e/ou Prémios, subscritos pela TVI, bem como pelos Estatutos da TVI. A publicidade e as comunicações comerciais audiovisuais a emitir no Canal TVI "CNN PORTUGAL" obedecerão igualmente às condições fixadas pela *Warner Media, LLC*, ou por quem a cada momento for titular da marca "CNN PORTUGAL", para a utilização da mesma pela TVI.

3. PARTES CONTRATANTES

- 3.1. A TVI intervém na qualidade de mandatária na contratação de toda a comunicação comercial audiovisual a difundir.
- 3.2. As entidades anunciantes contratarão com a TVI a difusão de comunicação comercial audiovisual nos Canais TVI (i) através de Agências de Comunicação/Agências de Meios/Centrais de Compra, (ii) através de qualquer outra entidade interveniente na planificação ou (iii) diretamente devendo ser apresentada à TVI toda a documentação por esta exigida, comprovativa da sua existência jurídica e do exercício da sua atividade.

- 3.3. Sempre que a contratação se estabeleça diretamente entre o Anunciante e a TVI será necessária a respetiva formalização prévia mediante contrato escrito e assinado por quem vincular legalmente as Partes.

4. RESPONSABILIDADE DOS CLIENTES

Para todos os efeitos, entende-se que as Agências de Comunicação/Agências de Meios/Centrais de Compra atuam sempre em nome e por conta das entidades anunciantes e também de outras Agências que eventualmente sejam por aquelas distribuídas, sendo que todas serão consideradas solidariamente responsáveis pelo cumprimento das obrigações decorrentes da contratação comercial, pelo que a TVI pode exigir de qualquer daquelas entidades o cumprimento integral de quaisquer créditos que detenha. Por razões de ordem prática e sempre que possível, as entidades contratantes de publicidade e de comunicação comercial audiovisual com a TVI passarão a ser designadas genericamente, neste documento, por “Clientes”.

5. MODALIDADES DE COMUNICAÇÃO COMERCIAL

- 5.1 A publicidade e a comunicação comercial audiovisual a difundir através da TVI poderá assumir diversas modalidades, desde a publicidade televisiva (em blocos de publicidade ou em ecrã fracionado) até aos cartões e outras menções de patrocínio, às televentas, às telepromoções, à colocação de produto, à publicidade e patrocínio virtuais, à publicidade interativa ou outras modalidades de comunicação comercial permitidas por lei.
- 5.2 As condições específicas de contratação de (i) publicidade televisiva aos Serviços Telefónicos de Valor Acrescentado e de (ii) Televentas serão fixadas autonomamente pela TVI e objeto de contratos próprios a celebrar por escrito, sendo o Cliente representado por quem o vincule legalmente.

6. VISIONAMENTO PRÉVIO

A TVI terá sempre o direito de exigir o visionamento prévio de todas as mensagens a difundir nos Canais TVI e, bem assim, de recusar as mensagens que se não conformem com as presentes Condições ou que não sejam por ela aprovadas, nomeadamente por razões legais, editoriais, técnicas ou por violação das presentes Condições Gerais, devendo fundamentar, por escrito, a sua recusa junto do Cliente.

II. PROCESSO DE CONTRATAÇÃO DE PUBLICIDADE

1. NEGOCIAÇÃO / CONDIÇÕES COMERCIAIS

- 1.1. No início da negociação, a TVI remeterá ao Cliente uma proposta contendo as condições comerciais aplicáveis às Ordens de Publicidade a emitir por este. A negociação terá por

base um custo de referência de 20'', sendo apenas permitidas negociações nos alvos: Adultos e Responsável de Compras. A TVI poderá vir a acordar a título excecional negociar nos alvos ABCD 15-54, ABCD 25-54 e 4-14 (programação exclusivamente infantil).

- 1.2. O Cliente deverá devolver à TVI a proposta desta relativa às condições comerciais devidamente assinada. As condições comerciais constantes da proposta da TVI só são eficazes após esse momento. Em caso de não devolução do referido documento devidamente assinado por representantes do Cliente, a TVI reserva-se o direito de, a qualquer momento, suspender a exibição das campanhas do Cliente ou de faturar as campanhas do Cliente a preços de tabela.
- 1.3. Após a seleção pelo Cliente do escalão de investimento a realizar nos Canais TVI, são aplicáveis às Ordens de Publicidade colocadas por esse Cliente as condições comerciais correspondentes ao referido escalão. As Ordens de Publicidade só poderão ser processadas após formalização da negociação por parte do anunciante e agência.
- 1.4. Na situação de concurso entre várias agências de meios, a TVI remeterá a proposta contendo as condições comerciais aplicáveis ao anunciante. A referida proposta será também dirigida às várias agências intervenientes, desde que o anunciante proceda, para o efeito, à prestação prévia de informação à TVI relativa às agências de meios que integram o referido concurso.
- 1.5. A TVI reserva-se o direito de, a qualquer momento, alterar as tabelas de preços aplicáveis aos seus serviços de comunicação comercial audiovisual.

2. ORDENS DE PUBLICIDADE

- 2.1. A apresentação de uma ordem de publicidade implica o conhecimento e aceitação integrais, por parte do cliente, das presentes condições gerais.
- 2.2. Os Clientes emitirão por formato eletrónico, por e-mail, por fax ou por outro suporte escrito, Ordens de Publicidade dirigidas à TVI, as quais conterão obrigatoriamente os seguintes elementos:
 - Designação do Canal TVI a que se refere a Ordem de Publicidade;
 - Identificação da entidade responsável pela compra de espaço;
 - Identificação da entidade a faturar, e respetivo número de contribuinte;
 - Identificação do anunciante / produto;
 - Identificação das condições comerciais acordadas;
 - Identificação do filme publicitário a associar à campanha e respetiva duração;
 - Identificação dos códigos dos programas/faixa horária/programa e datas pretendidas;
 - Identificação da forma de apresentação da publicidade em ecrã;
 - Previsão do investimento do espaço a contratar;
 - Previsão de GRP'S eq. a 20'' e/ou Investimento (BN);

- Categoria de Produto / *Mediamonitor*;

- 2.3. A TVI reserva o direito de não cumprir as Ordens de Publicidade que não apresentem algum dos elementos atrás referidos.
- 2.4. Todas as Ordens de Publicidade serão consideradas como tendo sido validamente emitidas pelos Clientes, os quais assumem assim a responsabilidade direta pela difusão televisiva da publicidade e, bem assim, pelo cumprimento das obrigações decorrentes das presentes Condições Gerais.
- 2.5. As Ordens de Publicidade deverão ser entregues na TVI com a antecedência mínima de oito dias úteis em relação ao dia da primeira difusão solicitada. Em caso de dúvida sobre o momento de receção das Ordens de Publicidade, este momento será determinado de acordo com a hora constante dos equipamentos da TVI. A TVI reserva o direito de não aceitar Ordens de Publicidade que não deem entrada até ao oitavo dia útil imediatamente anterior à data da primeira emissão pretendida.
- 2.6. Os pedidos de difusão constantes nas Ordens de Publicidade para cada ano civil serão aceites pela TVI, desde que sejam formulados num prazo máximo de 60 dias de antecedência.
- 2.7. Não são abrangidas pelo disposto no presente número as demais formas de comunicação comercial audiovisual referidas no ponto 5.1 das Disposições Gerais, cujas Ordens de Difusão se ajustarão às condições pontualmente fixadas entre a TVI e o Cliente.

3. ORDENS DE CONFIRMAÇÃO E CONTRATO DE DIFUSÃO DE PUBLICIDADE

Uma Ordem de Publicidade converte-se em Contrato de Difusão de Publicidade quando se efetivar a respetiva aceitação por parte da TVI, através da emissão de uma Ordem de Confirmação enviada ao cliente para conhecimento.

4. ALTERAÇÕES E ANULAÇÕES DE ORDENS DE PUBLICIDADE E DE CONTRATOS DE DIFUSÃO DE PUBLICIDADE

- 4.1. Alteração de contratos de difusão de publicidade pelos Clientes.

Qualquer proposta de alteração de um Contrato de Difusão de Publicidade deve ser apresentada à TVI impreterivelmente até às 12:00 (doze horas) **do dia de fecho do alinhamento** correspondente ao dia em que está programada a emissão da publicidade que se pretende alterar. O fecho dos alinhamentos de todos os canais TVI proceder-se-á da seguinte forma:

DIAS DE EXPEDIENTE	2ª FEIRA	3ª FEIRA	4ª FEIRA	5ª FEIRA	6ª FEIRA
FECHO DE EMISSÃO	5ª FEIRA	6ª FEIRA	SÁBADO E DOMINGO	2ª FEIRA 3ª FEIRA	4ª FEIRA

4.2. Alteração de marca ou produto objeto de contratos de difusão de publicidade.

4.2.1. A alteração de marca ou produto constantes de um Contrato de Difusão de Publicidade implicará a apresentação de uma nova Ordem de Publicidade, com todas as consequências derivadas desse facto;

4.2.2. A alteração referida implicará obrigatoriamente que se proceda preliminarmente às anulações respeitantes à Ordem substituída ou alterada e só posteriormente à remarcação dos "spots", com a possibilidade de perda de espaço.

4.3. A anulação de ordens de publicidade e de contratos de difusão de publicidade pelos Clientes.

4.3.1. A anulação total ou parcial de uma Ordem de Publicidade já confirmada pela TVI só será aceite pela TVI se lhe for pedida expressamente por escrito pelo Cliente, ou por quem o represente, nos termos da cláusula 4.ª da Parte I *supra*.

4.3.2. A anulação total ou parcial de uma Ordem de Publicidade já confirmada pela TVI submete o Cliente aos seguintes termos e condições:

4.3.2.1. Cancelamentos com menos de 8 dias de antecedência sobre a difusão do spot, mas antes do fecho do alinhamento: O Cliente ficará obrigado a pagar à TVI um valor de 40€ por cada marcação cancelada;

4.3.2.2. Cancelamento após as 16h00 do dia de fecho do alinhamento do dia de difusão do spot: o Cliente fica obrigado a pagar à TVI o preço das difusões correspondentes aos momentos contratados, ainda que aquelas não sejam efetuadas. Para apuramento do custo das anulações ter-se-á por base a negociação em causa e/ou a audiência média real do bloco publicitário onde se verificarem as respetivas anulações. Aplicar-se-ão as Condições Comerciais acordadas para o anunciante.

4.3.3. Será considerada anulação ou cancelamento a transferência de espaços publicitários de um anunciante para outro, a alteração dos serviços de programas onde os mesmos devem ser emitidos, bem como a alteração das marcas ou produtos objeto das inserções publicitárias, mesmo que pertencentes ao mesmo anunciante.

4.3.4. A alteração da duração do *spot* implicará a anulação do *spot* inicialmente marcado e a sua substituição por um novo *spot* de duração distinta.

4.3.5. As presentes regras não se aplicam quando a anulação ou cancelamento pelo Cliente se ficar a dever a uma decisão judicial, da entidade administrativa

competente ou do Instituto Civil da Autodisciplina da Comunicação Comercial, quando transitadas em julgado ou quando adquiram eficácia equivalente, que sustentem a ilegalidade do *spot* ou da inserção em causa. Neste caso, a anulação ou cancelamento total ou parcial não implica qualquer penalidade para o Cliente.

4.4 Anulação ou alteração de ordens de publicidade e/ou de contratos de difusão de publicidade por iniciativa da TVI.

4.4.1 Caso se verifique uma procura de espaço publicitário em antena de um determinado serviço de programas televisivo superior ao espaço disponível, a TVI pode:

- a) Promover a renegociação com o Cliente das condições comerciais aplicáveis a ordens de publicidade já recebidas e/ou a contratos de difusão de publicidade na parte relativa a esse serviço de programas; e/ou
- b) Cancelar, no todo ou em parte, ordens de publicidade e/ou contratos de difusão de publicidade, na medida necessária para assegurar o respeito pelos limites legais no serviço de programas televisivo em causa, face ao conjunto das demais ordens de publicidade recebidas pela TVI e/ou contratos de difusão de publicidade celebrado pela TVI, sem que tal confira ao Cliente o direito a qualquer indemnização ou compensação relacionada com esse facto. Para efeitos de desambiguação, em caso de cancelamento total ou parcial pela TVI de ordens de publicidade e/ou de contratos de difusão de publicidade, apenas é devida pelo Cliente o preço imputável à parte da publicidade eventualmente emitida.

5. REGRAS DE AVALIAÇÃO DE EVENTUAIS COMPENSAÇÕES

Para efeitos de avaliação de desvios de performance nos canais TVI, relativamente a um determinado plano contratado, deverão ser observadas as seguintes condições:

- Mínimo de três semanas de audiências num canal com o mesmo projeto editorial;
- Máximo de dois meses de intervalo entre o último dia de planeamento e o início da campanha;
- Não serão considerados no plano dias atípicos (feriados, programação especial, etc.);
- Considerar 15% de ponderação para breaks;
- Considerar 25% de ponderação para períodos horários;
- Manter sempre o painel do plano inicial;
- Campanhas planeadas para o target 4/14 e para o espaço infantil de Outubro a Dezembro, devem ser planeadas com meses idênticos do ano anterior;
- O target a considerar para efeitos de atribuição de compensações, deve ser em cada campanha previamente acordado com a TVI.

6. AGRUPAMENTO DE MARCAS / ANUNCIANTES PARA COMPRA DE ESPAÇO

Para que possa ser considerada a integração da comunicação comercial audiovisual a uma marca nas condições comerciais negociadas entre a TVI e uma determinada entidade é necessário que cumulativamente:

- 6.1. Essa marca seja propriedade de uma entidade cujo capital social seja detido em mais de 50% pela entidade que beneficia das referidas condições;
- 6.2. As decisões de investimento em comunicação comercial audiovisual das marcas em questão estejam centralizadas num interlocutor único, que proceda à gestão centralizada de tal investimento. A integração de marcas nas condições comerciais aplicáveis a um distribuidor só será admitida se o detentor da marca não se encontrar representado em Portugal.

7. MUDANÇA DE AGÊNCIA DE MEIOS, DE COMUNICAÇÃO OU DE CENTRAL DE COMPRAS

- 7.1. A mudança de Agência de Comunicação ou da Agência de Meios com quem foi efetuada a contratação de uma dada campanha comercial deverá ser comunicada expressamente à TVI com a maior urgência para que possa ter efeitos sobre a referida campanha.
- 7.2. Do mesmo modo, sempre que uma dada Agência de Meios/Agência de Comunicação/Central de Compras ou um Anunciante deixar de intervir diretamente na contratação comercial e passar a fazê-lo por intermédio de terceiros deverá comunicar tal facto à TVI.
- 7.3. Em caso de incumprimento das regras constantes do número anterior, a TVI reserva-se o direito de recusar campanhas comerciais, mesmo as já anteriormente contratadas pelo Cliente em causa, com fundamento no não reconhecimento da nova Agência de Meios/Agência de Comunicação/Central de Compras.

8. SUBSTITUIÇÃO DE UM SPOT

A substituição de um *spot* constante de um Contrato de Difusão Publicitária por outro — referente à mesma marca ou produto — só será aceite se cumulativamente:

- 8.1. A sua duração for igual à inicial;
- 8.2. Tal substituição seja requerida até às 12:00 (doze horas) do dia de fecho do alinhamento correspondente ao dia de exibição.

9. ENTREGA DO MATERIAL PUBLICITÁRIO

- 9.1. O material publicitário será entregue na TVI:

9.1.1. Em caso de publicidade comparativa, até cinco dias úteis antes do dia de fecho do alinhamento. Este último prazo pode excecionalmente ser encurtado se a TVI assim o entender, nos casos em que o Cliente apresente uma opinião do Instituto Civil da Autodisciplina da Comunicação Comercial no sentido da não existência de indícios de desconformidade do material publicitário com o respetivo Código de Conduta.

9.1.2. Nos demais casos, até às 12:00 (doze) horas do dia de fecho do alinhamento;

9.2. O incumprimento dos prazos previstos na presente cláusula poderá implicar a não execução pela TVI da Ordem de Publicidade, tendo esta o direito de faturar ao Cliente as difusões contratadas para os dias dos prazos referidos ainda que não sejam efetuadas.

9.3. O material publicitário deverá ser acompanhado de uma ficha de identificação com os seguintes dados:

- Título do anúncio;
- Suporte;
- Duração;
- Agência de Meios/Agência de Comunicação/Central de Compras;
- Anunciante;
- Autores;
- Produtores;
- Realizadores,

bem como das declarações de autorização para emissão de autores, produtores e realizadores, e uma lista discriminativa das músicas utilizadas, respetivos autores, editores fonográficos e duração, ou pelo menos, uma declaração assinada pela Agência autorizando a radiodifusão, a comunicação pública e as necessárias reproduções. Caso tal documentação não seja recebida, o Cliente assume a responsabilidade por todos os direitos de terceiros.

10. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DO MATERIAL PARA EMISSÃO (suportes físicos)

10.1 O material publicitário (uma cópia por cada anúncio) deverá ser entregue em suporte HD CAM, utilizando a norma 1080i, com o áudio estéreo, devendo ser respeitadas as seguintes regras:

10.1.1. Todas as gravações devem começar com 1m 50s de Mira de Barras, com o nível de brancos a 100% e de cor a 75%, acompanhado de sinal de teste áudio de 1 KHz a 0 UV (-20 db full scale);

10.1.2. Ao sinal de Barra e teste de áudio seguir-se-ão 10 segundos de negro e silêncio;

10.1.3 O programa deve estar gravado aos 2m 00s da fita;

10.1.4. O áudio do programa deverá cumprir o estipulado pela norma EBU R.128:

Loudness Integrado (IL) = -23LUFS +/-1LU, i.e. -24LUFS<=IL<=-22LUFS

True Peak < -1dbTP

- 10.1.5. O *time code* deverá ser gravado simultaneamente em LTC e VITC, em sequência progressiva;
- 10.1.6. O nível de brancos do filme deverá ser coerente com o nível de brancos da Mira de Barras;
- 10.1.7. A gravação do filme finalizará com 10 segundos de negro e silêncio;
- 10.1.8. A um filme deve corresponder uma cassette. Não serão aceites cassetes contendo mais do que um filme;
- 10.1.9. Todas as cassetes HD CAM gravadas devem vir devidamente identificadas e acompanhadas de uma ficha técnica de bobine com indicação de "*ins e outs*" e duração;
- 10.1.10. Todas as cassetes de comunicação comercial audiovisual devem ter um *aspect ratio* 16:9 *full frame*.
- 10.2. As características técnicas do material de emissão referente a publicidade televisiva noutros formatos devem respeitar as regras definidas no ponto 11.
- 10.3. A TVI não assumirá qualquer responsabilidade pela eventual deterioração ou perda dos suportes que lhe forem entregues, resultantes da sua necessária manipulação. Os Clientes deverão conservar em seu poder os respetivos originais.
- 10.4. Os Clientes poderão solicitar a devolução das cassetes até 6 meses após o fim da exibição da campanha. Findo este período, a TVI é livre de reciclar ou destruir as respetivas cassetes.
- 10.5. Os Clientes deverão apresentar eventuais reclamações sobre a qualidade técnica da emissão da publicidade no prazo máximo de dois dias úteis a partir da respetiva difusão.
- 10.6. Quaisquer operações de legendagem, dobragem, alteração de planos, pós-produção áudio e vídeo, nomeadamente efeitos especiais e locução, serão objeto de orçamentação em separado e de contrato de produção autónomo.
- 10.7. A produção de cartões de patrocínio e a entrega digital de *spots* serão objeto de orçamento em separado.
- 10.8. A TVI aceita anúncios com um máximo de 5 frames para além da duração contratada para uma determinada campanha. A partir deste limite será considerada a duração imediatamente seguinte para efeitos de faturação (ex.: *spot* com 20" e 6 *frames* será considerada a duração de 21").

11. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DO MATERIAL PARA EMISSÃO E PRODUÇÃO (suportes em ficheiro)

11.1. O nome do ficheiro deve conter as seguintes informações (nesta ordem e separadas por underscore): ID do spot, nome do spot e duração.

Exemplo: IDSpot_NomeSpot_Duracao.mxf

11.2 O nome do ficheiro deve conter apenas caracteres alfanuméricos (0-9, a-z, A-Z) e apenas os seguintes caracteres especiais: "_", "-", " ". A acentuação e outros caracteres especiais não são permitidos.

11.3 O não cumprimento dos requisitos apresentados originará, no mínimo, atrasos no envio e processamento dos conteúdos, podendo no limite inviabilizar a respetiva entrega.

11.4 Pré-requisitos da essência de vídeo:

11.4.1 O conteúdo deve chegar à TVI "ready to air", i.e. sem necessidade de edição posterior.

11.4.2 Os spots devem ter sempre um preroll de 1 frame de negro e um postroll de 2 frames de negro. Estas 3 frames devem ser consideradas para a contagem da duração total.

11.4.3 O Aspect Ratio do clip de vídeo deve ser 16:9 Full Frame.

11.5 Observações adicionais:

11.5.1 O wrapper é MXF-OP1A (extensão MXF).

11.5.2 A resolução da essência de vídeo deverá ser HD1080i (ver quadro abaixo).

TIPOS E CARACTERÍSTICAS DOS FICHEIROS DE ÁUDIO E VÍDEO

WRAPPER	CODEC VIDEO	EXTENSÃO	RESOLUÇÃO*	BITRATE	FRAME SEGUNDO	AUDIO
MXF (OP1A)	XDCAM HD 50	.MXF	HD	50Mbps	25 FPS	8 CANAIS; 24 BITS CANAL; SAMPLING RATE 48KHz; PCM; NÍVEL -20 dBFS; LOUDNESS EBU R.128: IL=-23 LUFS e TP<-1dbTP; TC contínuo ascendente; Início do TC 00:00:00:00

RESOLUÇÕES DE VÍDEO

FORMATO	ASPECT RATIO	RESOLUÇÃO*	FRAME SEGUNDO
HD	16:9	HD (1080i)	25 FPS

TIPOS DE FICHEIROS GRÁFICOS

FORMATO	CODEC	EXTENSÃO	RESOLUÇÃO*
JPEG	JPEG	.JPEG	SD/HD
PNG	PNG	.PNG	SD/HD
PHOTOSHOP	PSD	.PSD	SD/HD
ILUSTRATOR (VERSÃO CS6)	AI/EPS	.AI/.EPS	SD/HD
TIFF	TIFF	.TIFF	SD/HD
TGA	TGA	.TGA	SD/HD

(*) Resolução: HD = 1920x1080 pixéis / 1280x720 pixéis; SD = 720x576 pixéis

FORMATOS PARA RECEÇÃO DE OBJETOS TRIDIMENSIONAIS (3D)

3DS, FBX, C4D, OBJ, VRML.

III. CONTEÚDO DA COMUNICAÇÃO COMERCIAL AUDIOVISUAL

1. NORMAS REGULADORAS

- 1.1 O conteúdo da publicidade deverá respeitar as disposições legais e regulamentos aplicáveis às comunicações comerciais audiovisuais e à atividade publicitária e comercial, bem como as regras do Código de Conduta do Instituto Civil da Autodisciplina da Comunicação Comercial ou outros organismos de autorregulação de que a TVI faça parte, assim como as presentes Condições Gerais. No caso específico do Canal TVI "CNN PORTUGAL", a publicidade e as comunicações comerciais audiovisuais

obedecerão igualmente às condições fixadas pela *Warner Media, LLC*, ou por quem a cada momento for titular da marca "CNN PORTUGAL", para a utilização da mesma pela TVI.

- 1.2 Para uma correta aplicação do estipulado no número precedente, o Cliente tem inteiro conhecimento de que a TVI se encontra subordinada e intimamente comprometida com o respeito pelos seus Estatutos, pelo Código de Conduta do Instituto Civil da Autodisciplina da Comunicação Comercial e por quaisquer outros normativos adotados por este instituto, nomeadamente no que respeita às deliberações emanadas do mesmo, pelo que o Cliente aceita integralmente que a TVI não proceda à difusão das mensagens publicitárias consideradas ética ou legalmente censuráveis e as faça cessar com a brevidade possível.

2. ANÚNCIOS ALUSIVOS A PROGRAMAS DA TVI

A TVI não aceitará para difusão quaisquer anúncios que se refiram direta ou indiretamente a programas seus, ou emitidos nos Canais TVI, ou aos respetivos títulos, símbolos, personagens ou outros elementos. A exibição destes *spots* fica sujeita a autorização/acordo prévio e expresso por parte da TVI.

3. ANÚNCIOS ALUSIVOS A PROGRAMAS DE OUTRAS ESTAÇÕES

A TVI não aceitará para difusão quaisquer anúncios que se refiram direta ou indiretamente a programas de outras estações ou aos respetivos títulos, símbolos, personagens ou outros elementos.

4. RESPONSABILIDADE PELA UTILIZAÇÃO E PELO CONTEÚDO DOS ANÚNCIOS

- 4.1 A TVI terá o direito de exigir do Cliente as autorizações ou documentos comprovativos da legitimidade de utilização de elementos inseridos nos anúncios, designadamente certidões do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI).
- 4.2. A TVI, sempre que considere necessário, exigirá do Cliente a apresentação prévia dos guiões dos anúncios ("*storyboards*") para aprovação do seu conteúdo.
- 4.3. Face à TVI, os Clientes serão exclusivamente responsáveis pelo conteúdo dos anúncios e pelas consequências da sua difusão através da televisão.
- 4.4. Os Clientes serão ainda exclusivamente responsáveis perante a TVI por todo e qualquer direito ou autorização de terceiros relativos à publicidade a difundir, designadamente todos os direitos de autor e direitos conexos, de reprodução ou outros, bem como pela liquidação de eventuais contrapartidas necessárias para garantir à TVI a regularidade da emissão.
- 4.5. Em consequência do disposto nos números anteriores, a TVI terá direito de regresso e de compensação sobre os Clientes em relação a qualquer multa, coima, indemnização

ou outros encargos em que incorra por força do incumprimento das normas legais ou contratuais aplicáveis ao conteúdo da publicidade difundida e que seja imputável ao Cliente.

5. PUBLICIDADE MULTIPRODUTO

Não serão admitidos anúncios com alusões a diferentes anunciantes, marcas, produtos ou serviços, sem que exista uma relação expressa entre eles.

5.1. De anunciantes distintos

Sempre que um anunciante deseje ver referidos, num dado anúncio, mais do que um produto, marca ou serviço, ficará sujeito às seguintes condições de acordo com a natureza desse mesmo anúncio:

5.1.1. Sempre que no mesmo anúncio exista publicidade a dois ou mais anunciantes, produtos, marcas e serviços e desde que seja devidamente expressa uma relação entre eles, será aplicada uma sobretaxa de 50% por cada elemento adicional, de entre os referidos.

5.1.2. Sempre que no mesmo anúncio surjam meras referências ou alusões verbais ou visuais a outros anunciantes ou a produtos, marcas, ou serviços de outros anunciantes, de carácter factual ou objetivo, i.e., sem os publicitar — e desde que seja devidamente expressa uma relação entre eles (incluindo promoções) — será cobrada uma sobretaxa de 20% por cada elemento adicional, de entre os referidos.

5.1.3. Em qualquer caso, eventuais referências ou alusões a outros anunciantes, marcas, produtos ou serviços não poderão exceder 20% da duração total do *spot*.

5.1.4. As condições descritas nos pontos anteriores poderão ser cumulativas.

5.2. Do mesmo anunciante

5.2.1. Sempre que no mesmo anúncio surjam referências ou alusões verbais ou visuais, mesmo que em *packshot*, a outros produtos, marcas (incluindo marcas próprias e promoções) ou serviços adicionais de um mesmo anunciante — de carácter factual ou objetivo, i.e., sem os publicitar e sem referências individuais, será aplicada uma taxa de 20% por cada referência adicional.

5.2.2. Sempre que no mesmo anúncio exista publicidade a dois ou mais produtos, marcas e serviços e desde que seja devidamente expressa uma relação entre eles, será aplicada uma sobretaxa de 35% por cada referência adicional.

5.2.3. Em qualquer caso, eventuais referências ou alusões a outras marcas, produtos ou serviços não poderão exceder 20% da duração total do *spot*.

5.2.4. As condições descritas nos pontos anteriores poderão ser cumulativas.

6. CARTÕES DE PATROCÍNIO

Nos cartões de patrocínio apenas podem ser aceites, para além da referência à marca, uma breve descrição objetiva do produto ou serviço, ou atividade do anunciante e os seus respetivos contatos. Os dados de contato do patrocinador poderão consistir na indicação de número de telefone, morada, endereço eletrónico, desde que não sejam feitos apelos ao contato por parte da audiência. Com exceção das menções legalmente obrigatórias, são proibidas todas as referências a preços ou às respetivas condições de aquisição do produto do patrocinador. Poderão ser aceites como marcas outras menções desde que seja feita prova de que as mesmas se encontram registadas no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) fazendo parte integrante do logotipo do patrocinador.

IV. CARACTERÍSTICAS DA EMISSÃO PUBLICITÁRIA

1. A EMISSÃO PUBLICITÁRIA

- 1.1. A publicidade poderá ser difundida através dos canais TVI ou de quaisquer outros de que a TVI venha a ser titular no futuro e cuja exploração comercial lhe seja contratualmente atribuída.
- 1.2. Cada programa de televisão ou faixa horária será identificado através de uma grelha de programação, comunicada aos Clientes para efeitos de marcação de campanhas e contratação publicitária.
- 1.3. A TVI poderá alterar esta grelha a todo o tempo, em função de alterações de programação ou das variações de audiência dos programas.
- 1.4. Estas alterações serão comunicadas aos Clientes no mais curto espaço de tempo possível.
- 1.5. As Ordens de Publicidade enviadas pelos Clientes indicarão os dias e os blocos por eles escolhidos, definindo assim a localização e o preço a cobrar pela TVI.
- 1.6. Os blocos referir-se-ão sempre ao espaço de anúncios que antecede o respetivo programa ou aos blocos dos intervalos.
- 1.7. A ordem de difusão dos anúncios dentro de cada bloco será determinada pela TVI. Todavia, os Clientes poderão solicitar a sua localização dentro de cada código, mediante o pagamento de uma taxa de localização.

2. LOCALIZAÇÕES ESPECIAIS

- 2.1. Sempre que um anunciante deseje exibir os seus *spots* em posições específicas de um bloco de publicidade, será cobrada uma sobretaxa sobre o valor do *spot* de acordo com as seguintes localizações regras:

- 2.1.1. Bloco Premium: Preço GRP fixo, a definir mediante programação;
 - 2.1.2. Bloco exclusivo entre separadores: 75% de sobretaxa;
 - 2.1.3. Bloco Especial: 50% de sobretaxa;
 - 2.1.4. Primeira e última posições do bloco: 30% de sobretaxa;
 - 2.1.5. Outras posições preferenciais: 20% de sobretaxa;
 - 2.1.6. Separação de 2 ou mais *spots* no bloco: 10% de sobretaxa sobre cada *spot*;
 - 2.1.7. Transições de Intervalo: 100% de sobretaxa;
 - 2.1.8. Publicidade em Ecrã Fracionado: 100% de sobretaxa.
- 2.2. A localização será contabilizada após a exibição de *spots* de eventuais patrocinadores do programa e/ou Blocos Especiais e de anúncios de autopromoção, patrocinados ou não, os quais ocuparão posições preferenciais.

3. ALTERAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO

- 3.1. A TVI é soberana quanto ao conteúdo da respetiva programação, cujas alterações irão sendo tornadas públicas assim que possível. A TVI é igualmente soberana quanto ao conteúdo dos projetos editoriais dos seus Canais, cujas alterações irão sendo tornadas públicas assim que possível.
- 3.2. Sem prejuízo do disposto nos parágrafos seguintes, os Clientes não terão o direito de exigir da TVI a execução específica das Ordens de Publicidade nem qualquer indemnização sempre que a TVI (sem aviso prévio em tempo que possibilite informação aos Clientes) proceda a alterações pontuais da sua programação televisiva que impliquem modificações na difusão da publicidade, designadamente no que respeita a horários, considerando-se, no caso de mera substituição de um programa de televisão, difundida a publicidade nos blocos contratados.
- 3.3. Todavia, se as medições utilizadas pela TVI e reconhecidas pelo mercado revelarem uma quebra de audiência superior a 25% em relação à média registada pelo programa substituído ou no horário solicitado, nos dois meses anteriores, a TVI acordará com o Cliente novas exibições em complemento das anteriormente contratadas.

4. RESPONSABILIDADE DA TVI

- 4.1. Se uma Ordem de Publicidade aceite pela TVI não for cumprida por motivos não justificáveis nos termos das presentes Condições Gerais ou da legislação aplicável, mas apenas por erro ou causa direta e exclusivamente imputável à TVI, esta não faturará aquela Ordem de Publicidade com exclusão expressa de qualquer outra forma de compensação, ainda que os danos causados sejam superiores.
- 4.2. O mesmo regime será aplicado aos casos em que, por motivos exclusivamente imputáveis à TVI, a publicidade contratada não for totalmente difundida ou em que a

difusão for tecnicamente defeituosa ou visível apenas numa área inferior a 50% da cobertura normal das emissões.

- 4.3. Todavia, o disposto neste número só será aplicável se o Cliente não aceitar o sistema de compensação previsto no número 3.3 do ponto IV *supra*.

V. CONDIÇÕES ECONÓMICAS

1. TABELAS DE PREÇOS DE ESPAÇO PARA DIFUSÃO DE MENSAGENS PUBLICITÁRIAS

- 1.1. Os preços a pagar pelo Cliente serão os constantes das tabelas de preços em vigor na data da difusão da publicidade ou os que forem pontualmente acordados para as outras modalidades de comunicação comercial audiovisual.
- 1.2. A TVI poderá alterar as tabelas de preços atendendo à necessidade da própria TVI ou de reajustamentos face às variáveis resultantes da evolução do mercado, devendo divulgar as novas tabelas com a antecedência mínima de 3 dias, em relação à data da sua entrada em vigor.
- 1.3. Nos três dias que se seguirem àquela comunicação, o Cliente poderá anular as Ordens de Publicidade, na parte que resulte afetada por novos preços, sem ter de pagar qualquer agravamento. A TVI poderá opor-se a esse cancelamento, mediante confirmação que os preços vigentes à data da Ordem de Publicidade se manterão válidos até ao fim da campanha.

2. CUSTO MÍNIMO POR EXIBIÇÃO DE CADA SPOT

- 2.1. Sem prejuízo no disposto no número anterior, a exibição de cada *spot* será objeto de faturação de um valor mínimo, destinado a compensar custos gerais da estrutura de funcionamento.
- 2.2. O valor mínimo a faturar por cada *spot* é de 50€ para 20". Para o cálculo das restantes durações deverá ser aplicada a indexação da tabela de preços em vigor.

3. FATURAÇÃO

A TVI faturará aos Clientes as importâncias devidas pela contratação comercial, nos termos das presentes Condições Gerais, acrescidas dos impostos e taxas legais aplicáveis.

4. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

- 4.1. Toda a comunicação comercial audiovisual contratada será paga em dinheiro pelos Clientes até ao quarto dia útil que anteceder a primeira difusão, salvo em casos excecionais expressamente autorizados em contratos escritos celebrados com a TVI pelas formas legalmente exigidas.

- 4.2. A TVI poderá conceder prazos especiais de pagamento, mediante a prestação de garantias pelos Clientes fixadas pontualmente. Estes prazos contar-se-ão a partir da data de emissão das respetivas faturas.
- 4.3. O não cumprimento pontual dos prazos estabelecidos sujeitará os Clientes à obrigação de pagar juros de mora à taxa legal aplicável às obrigações comerciais em vigor na data do incumprimento, contados desde esta data até ao efetivo pagamento da dívida vencida.
- 4.4. Ocorrendo o vencimento de faturas sem que todas, ou algumas, tenham sido liquidadas, a TVI terá o direito de suspender a difusão de qualquer comunicação comercial audiovisual contratada pelo Cliente em causa, sem prejuízo de continuar a contagem de juros de mora relativamente aos débitos já vencidos.
- 4.5. Os Clientes serão responsáveis por ressarcir a TVI de todas as despesas em que esta incorra na tentativa de cumprimento dos pagamentos que lhe são devidos, incluindo custas de tribunal e/ou de advogados.

5. PRÉMIOS DE PRODUÇÃO ANUAL – CENTRAIS DE COMPRA / AGÊNCIAS DE MEIOS / AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO

- 5.1. O pagamento por parte da TVI de prémios de produção anual ("*Rappel*") às partes contratantes (Centrais de Compra/Agências de Meios/Agências de Comunicação) será objeto de informação e acordo prévio para cada ano de atividade e pressupõe a inexistência de mora no pagamento da comunicação comercial audiovisual anteriormente contratada e o cumprimento de todas as demais condições contratuais gerais aplicáveis.
- 5.2. Os investimentos realizados ao abrigo da Tabela de Televendas, STVA, SMS, Colocação de Produto, Produção e Licenciamento não serão contabilizados para o cálculo de prémios de produção anual ("*Rappel*").
- 5.3. Serão objeto de cálculo para apuramento de *rappel* todos os anunciantes pertencentes a uma Agência de Meios/Agência de Comunicação, cujas condições comerciais descritas no Acordo Comercial se encontrem devidamente formalizadas na proposta apresentada, por todos os intervenientes no processo e cujas condições comerciais do referido acordo se encontrem cumpridas.

6. DESCONTOS ESPECIAIS

- 6.1. Serão concedidos descontos especiais, processados diretamente na respetiva faturação, às campanhas publicitárias que visem determinados produtos ou serviços.
- 6.2. Estes descontos não serão concedidos automaticamente. Os Clientes interessados deverão submeter à apreciação prévia da TVI os projetos das campanhas e respetivos guiões cabendo a esta a decisão final.

- 6.3. A concessão de descontos a outros meios obrigará estes a praticarem o mesmo regime, em reciprocidade, a favor da TVI.
- 6.4. As campanhas que beneficiem destes descontos não serão consideradas para efeitos de *rappel*, ou quaisquer outros bónus.
- 6.5. A aceitação das respetivas Ordens de Publicidade será sempre condicionada à existência de tempos disponíveis nos blocos de anúncios pretendidos.

VI. VIGÊNCIA

1. ENTRADA EM VIGOR

As presentes Condições Gerais entram em vigor no dia 01 de janeiro de 2022, por tempo indeterminado, substituindo totalmente as anteriores divulgadas e praticadas pela TVI.

2. ALTERAÇÕES

Quaisquer alterações serão divulgadas para o mercado com antecedência não inferior a três dias relativamente à sua entrada em vigor, podendo tal antecedência ser reduzida, ou mesmo eliminada, se as alterações se revelarem mais favoráveis para os clientes.

VII. CONFIDENCIALIDADE

Os acordos comerciais entre a TVI e os Clientes são confidenciais, destinando-se a utilização exclusiva por parte da Agência de Meios/Agência de Comunicação/Central de Compras/Anunciante objeto das condições. Qualquer uma das partes irá tomar as devidas ações necessárias para manter a confidencialidade dos termos e condições dos acordos entre as mesmas e não deverão ser divulgados sem o consentimento escrito por parte da TVI. Este direito pode ser excepcionado caso seja exigido por lei, ordem de tribunal ou de agência estadual ou de entidades administrativas independentes. Nestes casos a parte em causa deverá notificar a outra de forma célere (se possível antes da divulgação da informação) e deverá executar esforços para que, dentro do razoável, essa informação se mantenha confidencial.

VIII. FORO

Para resolver todos os litígios derivados da interpretação e aplicação das presentes Condições Gerais será competente o Tribunal da Comarca de Oeiras, com exclusão de qualquer outro foro.

IX. CIRCUNSTÂNCIAS NÃO PREVISTAS

Os casos omissos nas presentes Condições Comerciais serão, sempre que possível, resolvidos pela TVI segundo critérios de equidade.