PLANO DE COMUNICAÇÃO
RACIOCÍNIO BÁSICO

Hoje, o maior desafio de comunicação do Poder Judiciário do Estado da Bahia é a mudança na percepção do cidadão quanto à qualidade da Justiça existente no território baiano. A rigor tal dilema é vivido por todo o Judiciário brasileiro, criticado e questionado quanto à sua capacidade de responder aos anseios sociais, visto como lento e parcial, sendo apontado como um dos mais ineficientes, ineficazes e iníquos do mundo. Diversas pesquisas de opinião mostram a desconfiança da população brasileira em relação ao Judiciário. Um exemplo é o Índice de Confiança na Justiça no Brasil (*ICJBrasil*), da Fundação Getúlio Vargas, aplicado anualmente de 2009 até 2017 e retomado no final de 2020. Em 2021, o ICJBrasil mostrou que a opinião das pessoas entrevistadas em relação ao Judiciário melhorou, mas elas se mostraram, seja no ambiente social, empresarial ou econômico, menos dispostas a recorrer à Justiça para solucionar seus conflitos. É claro que o resgate da credibilidade do Poder Judiciário do Estado da Bahia, como bem observou o presidente desta corte, o Desa. Nilton Castelo Branco, em seu discurso de posse, conta com o desafio adicional de superar danos trazidos à sua imagem que "restou profundamente abalada com os acontecimentos descortinados no ano de 2019 pela denominada Operação Faroeste". Mas não há desafio para o qual não haja superação. A reversão dessa percepção exige, certamente, um amplo investimento em comunicação, que passa necessariamente por ações de publicidade e propaganda, além, claro, das outras frentes comunicacionais. Como fonte de elementos reais e simbólicos para esse trabalho de reconfiguração de reputação, podemos observar o extenso e intenso esforço do Poder Judiciário realizado nos últimos anos para criar condições estruturais e operacionais para o resgate de sua legitimidade pública na solução de conflitos sociais. São elementos ricos a serem publicizados nessa perspectiva de reconfiguração de sua imagem institucional. O 1º lugar no Ranking Nacional da Transparência do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) é um "certificado" desse empenho. É possível observar, ainda, que no Poder Judiciário as inovações têm sido, em grande parte, as principais responsáveis pela efetividade e eficácia do trabalho desenvolvido. Porém, não se trata apenas de incorporação de novos recursos tecnológicos, mas também de modificações acentuadas no próprio modelo de gestão da instituição, com a adoção do planejamento estratégico de longo prazo, o que tem alterado de forma profunda a sua esfera administrativa. É preciso que os seus públicos-alvo consigam enxergar o impacto tal esforço nos serviços jurisdicionais disponibilizados. A própria estrutura física do PJBA foi ampliada, nos últimos anos, nas suas duas instâncias, a fim de que fosse possível tornar a Justiça mais acessível aos cidadãos, criando vias de inclusão social. As Unidades Judiciais que compõem o 1º Grau de jurisdição, como as Varas, os Juizados e os Centros de Conciliação, seguem adicionando modificações periódicas, ajustando a oferta de serviços às mudanças sociais e às demandas das comunidades dos 417 municípios baianos. Outro ponto crucial tem sido o trabalho de aperfeiçoamento contínuo de magistrados, servidores e colaboradores, especialmente do interior do estado, desenvolvido pela Universidade Corporativa da instituição.Todas essas ações, cada uma delas, merecem uma atenção especial de comunicação publicitária da instituição, não apenas no âmbito dos públicos que usam os serviços jurisdicionais, mas para toda a sociedade baiana. Especialmente ações que consolidam a ideia de humanização da Justiça, sejam aquelas que beneficiam diretamente as chamadas minorias sociais (idosos, população em situação de risco, mulheres, negros, indígenas, homossexuais...) sejam aquelas que reafirmam os valores da instituição: transparência, acessibilidade, agilidade, credibilidade, eficiência, ética, imparcialidade, inovação, integridade, segurança jurídica, sustentabilidade, transparência e responsabilidade. Evidentemente existem aspectos de difícil equacionamento no curto prazo. Segundo o relatório "Justiça em Números", publicado em 2021, pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ), o Poder Judiciário baiano tem vivenciado desde 2014 o número de juízes em queda. Em 2014, eram 652 magistrados em exercício em todo o estado. Em 2020, caiu para

572 – uma redução de 80 profissionais. Naquele ano, o PJBA tinha 356 cargos de juízes titulares e substitutos vagos. O concurso em vigor busca minimizar essa defasagem, como também a de servidores, que hoje somam mais de 7.400, lotados nas 98 varas na capital e 236 comarcas do interior do estado. Claro que essa diferença entre o real e o ideal impacta na qualidade do serviço jurisdicional entregue à sociedade. Mas o que pudemos identificar é que todo esse movimento tem se tornado perceptível para os usuários da Justiça na ponta. Certamente para isso tem contribuído o trabalho desenvolvido pela comunicação institucional do órgão, com papel crucial nessa mudança gradual que, certamente, vem se processando na percepção dos seus diversos públicos-alvo, mudança essa que, claro, em termos substantivos, demanda tempo. Dentre esses públicos que identificamos como mais relevantes estão a sociedade em geral, mas também a imprensa, os profissionais da área jurídica, advogados em especial, instituições públicas e privadas com interface contínua com o PJBA e instituições da sociedade civil organizada, em particular dos grupos ideológicos minoritários, dentre outros. Em uma análise da comunicação atual do Poder Judiciário é possível constatarmos que as suas ações institucionais têm criado meios de se cultivar a memória das suas conquistas, ao mesmo tempo em que podemos ver uma organização com olhos nas demandas sociais. Suas publicações e matérias veiculadas na imprensa sinalizam ações do PJBA voltadas à pacificação social, à proteção das crianças e dos adolescentes, das mulheres, dos grupos vulneráveis, do combate à discriminação racial e à intolerância religiosa, o que atesta quanto se tem trabalhado para garantir a plenitude dos direitos humanos. Há peças de comunicação da instituição apontando para o empoderamento das minorias que vêm reivindicando meios de inclusão social, uma atenção especial a inovações tecnológicas da informação e comunicação, assim como o cuidado com as novas demandas de cidadãos cada vez mais "globalizados". A preocupação com a inclusão social está também expressa em detalhes como, por exemplo, a incorporação no site do órgão de ferramentas de acessibilidade, para facilitar a obtenção de informações por pessoas com deficiência visual ou auditiva. Todas essas ações coadunam com o propósito comunicacional da instituição. Basta observarmos o objetivo geral da comunicação do PJBA, como sinaliza o briefing deste edital: garantir a divulgação das suas ações e atividades através dos principais meios de comunicação; e seus objetivos específicos: informar e orientar os jurisdicionados, prestar contas à sociedade, criar e manter canal direto de comunicação com os cidadãos. A soma dos avanços verificados em todas as suas frentes vem garantido ao PJBA dar passos consistentes em direção à concretização de sua missão máxima: assegurar o acesso à Justiça visando a paz social; e, simultaneamente, se projetar concretizando sua visão de futuro: ser modelo de excelência na prestação jurisdicional, como sinaliza o mapa estratégico(http://www5.tjba.jus.br/estrategia/wpcontent/uploads/2022/01/PJBA20212026.pdf). Por tudo isso, o que fica evidente é que o excelente desempenho no ranking de transparência promovido anualmente pelo CNJ atesta a qualidade do trabalho que vem sendo desenvolvido ao longo dos últimos anos, baseado em economicidade, eficiência, transparência, diálogo e moralidade. Trata-se de conquista relevante, resultado direto de muito trabalho e empenho dos grupos de trabalho, comissões, conselhos, coordenadorias, comitês, núcleos e secretarias do PJBA.Desta constatação reafirma-se o nosso partido temático, a transparência, ou posto de forma mais ampla, a conquista do "1º Lugar no Prêmio (Ranking) de Transparência do Conselho Nacional de Justiça 2022". Entendemos que um dos atributos centrais na configuração de uma imagem organizacional positiva é o da confiança. Afinal, não há nenhuma possibilidade de se estabelecer relações substantivas sem o espírito de confiança entre as partes envolvidas. E, nesse sentido, a transparência é aspecto essencial ao resgate dessa confiança nas instituições públicas, algo que se soma à percepção de eficácia, probidade e senso de justiça. E é a partir de tais constatações que propomos para nossa campanha o conceito a ser defendido na estratégia.

A seguir apresentamos nossa estratégia de comunicação publicitária em detalhes!

PLANO DE COMUNICAÇÃO
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

O Poder Judiciário do Estado da Bahia (PJBA) é o mais antigo da América Latina, com mais de 400 anos de atuação regular. Uma instituição de tamanha importância e longevidade, certamente, não passa incólume a desafios de relevância e integração com a sociedade, tão pouco escreve uma trajetória linear, tendo em seus ciclos históricos momentos de natural oscilação - ora em evidência proeminente, ora com alguma calmaria restauradora, mas sempre em evolução de concepções e práticas que preservem a integridade de sua essência e seus valores.

Sua tarefa não é simples, ainda mais quando nos referimos à determinação e à restauração de direitos, à mediação de conflitos, à contribuição para uma melhor harmonização de comportamentos coletivos e tantos outros desafios colocados à natureza humana e à coexistência entre os seus iguais - posto que são diferentes. Sua existência transversalizada a serviço da sociedade, com papel normativo em defesa da democracia e dos direitos fundamentais, enobrece a instituição, mas também eleva sobre si expectativas de efetividade e credibilidade. Por isso mesmo, exigem do PJBA quase uma infalibilidade, com uma conduta clara e transparente ao cidadão – referente ao todo e às partes, ou seja, enquanto instituição e em cada uma de suas frentes de atuação, a despeito dos eventuais obstáculos conceituais, estruturais, financiadores e mesmo administrativos.

Vivemos uma crescente aceleração e complexidade. Nesse ambiente, a comunicação organizacional/institucional é demandada a também a se atualizar e passar a ser, como se denomina atualmente, uma comunicação estratégica. Ou seja, uma comunicação integrada e integral, 360° e transversal sobre temas e públicos, que ocupa lugar valioso e determinante para conseguir efetivamente chegar às pessoas, colocar-se em sintonia com suas dores, anseios e preferências, estar presente em suas rotinas, em qualquer lugar e a qualquer momento, não podendo, portanto, prescindir de se colocar, de estar presente e de fazer parte, da melhor forma possível. Mais do que nunca, não basta ser, e é indispensável sê-lo, mas também é preciso parecer ser, sob risco de não ser percebido em sua realidade e reputação desejada.

Dito isso, compreender que o desafio de comunicação do Poder Judiciário do Estado da Bahia está para além de seus anseios e objetivos institucionais precípuos foi fundamental para a elaboração do plano de comunicação publicitária que passamos a apresentar, porque nos colocando em outro patamar de reflexões e entendimentos, nos conduzimos também a melhores condições de observar potencial e oportunidades de direcionamentos estratégicos e ações a serem propostas.

A visão que elaboramos, da sinergia existente entre as partes e o todo, nos permitiu acomodar o desafio central de comunicação do PJBA - o resgate da credibilidade e restauração da confiança, com a temática da campanha simulada - 1° lugar no Ranking Nacional da Transparência do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), estabelecendo assim a clara correlação do quanto essa *parte* (a campanha) pode agregar e fortalecer o *todo* (a reputação e a percepção da sociedade em relação ao PJBA), bem como o *todo* justifica e lastreia a relevância da *parte*.

Iniciamos a apresentação desta proposta pontuando o quanto é necessário ao Poder Judiciário do Estado da Bahia estar mais presente no cotidiano da sociedade por meio de campanhas que o posicionem na mente da população não apenas pelo seu significado e importância, mas também por sua atuação eficiente, com gestão atualizada e comprometida com os anseios e as necessidades do cidadão e da sociedade. Reforçamos, portanto, que diante do intenso noticiário e da velocidade das redes sociais, é necessário que o PJBA mobilize mais intensamente o seu rico arsenal simbólico, por meio de sucessivas campanhas publicitárias, construindo e mantendo um fio narrativo que costura a percepção desejada por meio de associações positivas evocadas na mente das pessoas.

É sabido que tudo comunica, não apenas o que é mostrado e dito, nem somente como é mostrado e dito – as pessoas constroem suas percepções a partir de seus próprios repertórios, mas sobretudo a partir dos constantes estímulos a que são expostas repetidamente. Partindo da analogia de que o processo de posicionamento da marca institucional, que envolve tanto a identificação e a comunicação das características distintivas, quanto dos benefícios das ações do PJBA, e ainda da sua imagem pública, são como a montagem contínua de uma tela de quebra-cabeças, é fundamental enviar constantemente peças claras e corretas, a fim de minimizar risco de que na ausência delas ocorra uma formação distorcida em lugar da imagem desejada.

Nesse sentido, o partido temático proposto é a Transparência, tendo como ambiente o 1º Lugar no Prêmio (Ranking) de Transparência do Conselho Nacional de Justiça em 2022, que nos permitiu elaborar uma campanha simulada, garantindo protagonismo aos contornos que a Justiça deve ter de acordo com o que pensa o Poder Judiciário e, ao mesmo tempo, aspira projetar para população – ser reconhecida como uma instituição que assegura o acesso à Justiça visando a paz social (sua missão), tornando-se um modelo de excelência na prestação jurisdicional (sua visão), a partir dos seguintes valores: transparência, acessibilidade, agilidade, credibilidade eficiência, ética, imparcialidade, inovação, integridade, segurança jurídica, sustentabilidade e responsabilidade.

Diante do exposto, como conceito propomos: QUANDO A JUSTIÇA É TRANSPARENTE, TODO MUNDO VÊ. E CONFIA!

E já que estamos iniciando a apresentação pela disposição do conceito aplicado ao todo, antecipamos que ele comporta, dentro dessa construção, uma série de outras abordagens que podem auxiliar o PJBA na restauração de sua reputação confiável, bem como no claro estabelecimento do seu posicionamento no imaginário coletivo, por meio de diversas outras aplicações, tais como "quando a Justiça é eficiente", ou "quando a Justiça é humanizada", "quando a Justiça é cidadã", "quando a Justiça é acolhedora", ágil, veloz, dentre outros incontáveis atributos que fortaleçam a Justiça como o PJBA a compreende e busca praticá-la. Conforme seja a temática e a ação que o PJBA tenha realizado, essa abordagem conceitual pode ser alocada de modo a reforçar a sua atuação qualificada no estado e, consequentemente, a sua confiabilidade. Isso garante uma continuidade nas campanhas de comunicação.

Passando a detalhar a campanha simulada, vale enfatizar que, diante do momento institucional do PJBA, considerando sua trajetória recente, sua mudança de gestão e suas expectativas futuras, realizar uma campanha para dar visibilidade a tão relevante conquista, como o 1º lugar no Ranking Nacional da Transparência do CNJ, é não apenas estrategicamente indispensável como oportuno. Trata-se de uma situação concreta, valiosa e com substância capaz de demonstrar à população muito mais do que uma premiação, o enorme comprometimento ativo que foi dedicado para que essa primeira colocação tenha sido alcançada. Ou seja, é muito menos sobre o prêmio em si – com brilho que comumente emana de tais premiações -, e muito mais sobre o esforço, o investimento e o compromisso dispensado pelo PJBA para alcançá-lo.

Sobre o conceito proposto - QUANDO A JUSTIÇA É TRANSPARENTE, TODO MUNDO VÊ. E CONFIA! -, temos em conta que é da natureza humana, e próprio das pessoas mais comuns, dar mais credibilidade àquilo que se consegue ver. A materialização tem sua força exatamente por permitir essa constatação factual, essa espécie de checagem que todo ser humano busca quando quer confirmar uma impressão, um sentimento e consolidar suas percepções. Transparência enquanto conceito envolve uma série de sutilezas de significado, seja quanto à clareza, a informações, à disponibilidade, dentre outros, mas para o senso comum, de uma população que possui inclusive ampla variação de letramento, e ainda em tempos tão intensos e conturbados como os atuais, a transparência diz respeito, sobretudo, à confiança ("fulano é transparente; um sujeito sem rodeios, sem subterfúgios").

Assim, o que precisa ser conhecido, ou o que se deseja saber, o será na mesma proporção da clareza, da facilidade do acesso, da transparência. E é por essa razão que a campanha publicitária contemplada na presente proposta adota uma linguagem simples e direta, sem abrir mão de uma abordagem conceitual que preserve significado, associação simbólica e fática, constatando e ao mesmo tempo projetando a percepção desejada, de modo a reunir todos os aspectos essenciais que precisa ter para criar conexão com os diferentes públicos que almeja alcançar. E é em função disso que o conceito ocupa o lugar de título, exatamente para não desperdiçar nenhuma palavra nem espaço necessários à visibilidade que a mensagem central precisa conter

Outro ponto importante a destacar na estratégia diz respeito à dinâmica criativa, por meio da qual buscamos consolidar uma estrutura de abordagem publicitária que confere visibilidade à conquista alcançada pelo PJBA e ainda estabelece uma conexão humanizada com as pessoas, ao dar protagonismo à transparência sem mesmo dizer exatamente essa palavra, contextualizando a mensagem central por meio do conceito e das diversas cenas que dão forma ao campo imagético, em diferentes situações que a campanha recorre visando estabelecer atratividade e identificação com o público geral.

Convém reafirmar que essa composição da campanha responde simultaneamente ao desafio central do PJBA como um todo e ao desafio específico da campanha simulada, colocando a transparência em protagonismo, o destaque ao 1º lugar no ranking em posição é complementar nessa construção imagética. Juntas essas mensagens se põem a serviço do fortalecimento da credibilidade da instituição. Tanto a combinação conceitual/informativa, quanto a estruturação das mensagens verbal/visual sintetizadas se prestam a criar conexão sem perder a força de seu conteúdo fático.

Naturalmente a comunicação jornalística tem mais possibilidade e espaço para detalhar e dar conta de todo o conjunto de implementações realizadas, mas à campanha publicitaria cabe explicitar e ampliar a reverberação do benefício e do significado que isso tem tanto para o PJBA quanto para a população baiana, considerando ainda a limitação de verba e a melhor combinação midiática que ela pode comportar. Sugerimos, para reforço e apoio à campanha, que a comunicação jornalística poderá buscar parcerias com veículos de comunicação, como jornais, rádios e canais de TV locais, para destacar as iniciativas de transparência. Que viabilize, por exemplo, entrevistas com juízes e outros profissionais da Justiça para explicar como a transparência está sendo promovida no Poder Judiciário.

Voltando ao ponto de vista criativo, no que diz respeito ao tom de voz e à linguagem, toda a estratégia criativa primou por título, palavras-chave em destaque e partido gráfico que fossem aceleradores de atratividade e de entendimento, para que haja uma compreensão de fato, uma identificação imediata e um reconhecimento convergente com as abordagens e adequações apresentadas. Notadamente, quanto ao universo visual, o recurso de cores em tons marcantes e atrativas, ainda que pouco utilizadas pela comunicação institucional do PJBA, têm a perspicácia de conferir contemporaneidade em algumas frentes ao mesmo tempo: (1) potencializar o impacto e a visibilidade das cenas, (2) destacar a comunicação do PJBA no disputado campo visual da comunicação atual - seja nas telas das TVs e smartphones, seja nas paisagens out of home em todo o estado, (3) conferir contornos de maior proximidade e modernidade, sem abrir mão da institucionalidade e de certa liturgia, ao contar inclusive com destaque ao brasão de assinatura. Com todos esses recursos criativos selecionados, buscamos também estar em sintonia fina com um universo simbólico familiarizado pela maioria da sociedade, especialmente pelo público-alvo especificado, onde conotações populares estão na devida medida para acessibilizar o rápido entendimento, sem comprometer a atmosfera pretendida.

Para concluir a apresentação da proposta, trazemos à tona a questão do período recomendado. O briefing deste edital limita-se a indicar que seja uma campanha de 30 dias, sem especificar o mês de sua realização. A rigor, uma campanha dessa natureza pede

proximidade quase que imediata ao acontecimento em si, a fim de aproveitar o eventual aquecimento do assunto na mídia, em razão de coberturas jornalísticas do fato. Considerando que estamos desenvolvendo uma campanha simulada para uma premiação ocorrida em 2022 – cujo *timming* estaria absolutamente distanciado, mantivemos o ano em observação rigorosa ao exigido pelo edital.

Porém, o planejamento de mídia - exercício da estratégia de mídia e não-mídia - se refere ao mês de setembro de 2023. Seria exótico planejarmos para o passado. Por outro lado, veicular uma campanha tão deslocada do factual, na aproximação de um novo ranking, seria desperdício de capital simbólico. O que não quer dizer que o assunto não mereça alguma forma de capitalização. Ao planejarmos para o futuro, abrimos espaço para, caso seja obtido igual desempenho, a proposta de campanha possa ser adotada pelo PJDA quando do anúncio do ranking deste ano.

Com relação aos veículos de mídia, a campanha contará com um mix que contempla TV, rádio e mídia exterior, de modo criterioso, cobrindo todo o território, contemplando também os meios digitais, uma vez que ela precisa de amplo alcance e requer, portanto, mídia de comunicação de massa, conforme veremos em detalhe na etapa correspondente. Além disso, é necessário equacionar mídia on e off em função da vida híbrida que temos hoje em dia, pois ninguém mais é 100% on ou off. Certamente, temos uma maioria híbrida, sendo então a mídia híbrida a que possui maior chance de alcançar a todos - digitalizados ou não.

A campanha também deverá atender a comunicação interna. Além de se concentrar na divulgação externa, é importante garantir que todos os membros da instituição estejam alinhados e engajados com a campanha da transparência. Neste sentido, toda não-mídia que existe no PJBA será aproveitada para conscientizar, educar e incentivar a participação ativa de desembargadores, juízes, servidores e demais colaboradores na promoção da transparência. O sentimento de orgulho de pertencer serve como estímulo à colaboração.

Como desdobramentos posteriores além da estratégia aqui apresentada, alguns caminhos adicionais podem ajudar a campanha a ampliar a conscientização e o engajamento da sociedade em relação às ações de transparência do Poder Judiciário baiano. Como estratégia de apoio sugerimos algumas ações que possam vir a consolidar toda a campanha publicitária, tais como parcerias com a mídia, eventos públicos; parcerias com organizações da sociedade civil, aproveitar todo material impresso (cartaz, folder ou outros) para distribuir em locais estratégicos, como bibliotecas, universidades e centros comunitários.

Dando continuidade à campanha, pode-se no futuro recolher depoimentos de pessoas que tenham tido experiências positivas com a transparência do Tribunal de Justiça. Esses depoimentos podem ser utilizados em materiais impressos, vídeos e nas redes sociais, para demonstrar casos reais em que a transparência contribuiu para a confiança na Justiça.

Nos dirigindo à conclusão desta exposição, consolidamos a proposta em um breve resumo, pontuando que se trata de um projeto de comunicação publicitaria que busca não apenas apresentar uma campanha simulada para promover o 1º lugar do PJBA no Ranking Nacional de Transparência do CNJ, mas principalmente dimensionar e ilustrar como uma campanha pontual e específica como esta pode ser realizada em favor de um desafio de comunicação mais amplo e sensível, que diz respeito ao resgate da confiança, ao fortalecimento e restauração contínuas da percepção positiva do PJBA pela sociedade baiana em geral. Portanto, o objetivo geral da campanha é destacar o alto patamar de transparência obtido pelo Judiciário baiano, um fortíssimo indicador para a sociedade local do empenho da instituição em recuperar a confiança dos seus públicos-alvo. Os específicos são divulgar o 1º lugar no Ranking de Transparência do CNJ em 2022 e evidenciar o compromisso da instituição em promover um sistema judiciário aberto e acessível à população.

Atentos a essa entrega, almejamos bem mais que uma vaidosa evidenciação de êxito, mas sim uma correlação clara de princípios e benefícios ao reafirmar o posicionamento do PJBA por meio do exemplo de sua atuação comprometida, de como ela se dá em termos

institucionais e gerenciais, com uma associação positiva pertinente de gestão que favorece transparência e fortalece confiança. Destacar uma atuação comprometida por meio de uma premiação junto com o benefício alcançado, com sinergia conceitual e fática, direcionando ao cidadão para ser percebido com relevância, é o ponto alto da estratégia apresentada.

E tudo isso através de uma abordagem criativa, atraente, impactante e simplificada, de fácil entendimento e com assimilação da mensagem central favorecida, em sintonia com elementos do universo simbólico ao qual se pretende remeter. Toda a campanha está direcionada ao público geral, conforme indicado no briefing, com indicação etária a partir dos 25 anos. Alcançará toda a Bahia, mesmo com verba limitada, em função da estratégia de mídia aplicada. Com duração de 30 dias, e alocado no mês de setembro, o período de campanha estimado contempla uma mídia híbrida, com perfil de massa, cujo mix reúne os tradicionais TV e rádio, convergentes com os meios digitais de maior alcance – detalhados à frente na estratégia de mídia completa. A estratégia geral é obter conexão, amplo alcance, visibilidade e abrangência.

Gostaríamos de registrar que, ao ilustrar a campanha, por meio da corporificação das peças, foram priorizados recortes dentro do tema, a fim de que melhor apresentassem as abordagens e a linguagem pretendida, bem como a assimilação da opinião pública, podendo, naturalmente ocorrer que nem todos recortes citados estejam contemplados - o que não invalida nem diminui a importância de cada um, estando presença ou ausência relacionadas tão somente ao cumprimento de permissões/restrições do edital, bem como às escolhas estratégicas da licitante.

Buscando finalizar de forma objetiva, descrevemos a seguir, sucintamente, o formato da campanha, informando o que dizer, a quem dizer, como dizer e quais os meios de comunicação selecionados.

O que dizer: QUANDO A JUSTIÇA É TRANSPARENTE, TODO MUNDO VÊ. E CONFIA!

A quem dizer: público geral: População da capital, Região Metropolitana de Salvador e o interior do Estado. Público específico (1): Classes ABCD, faixa etária a partir dos 25 anos, ambos os sexos.

Como dizer: Por meio de uma linguagem humanizada e criativamente contemporânea, veicular via meios de comunicação de massa (vídeo na TV aberta, spot nas rádios e outdoor); internet (marketing digital); redes sociais (Facebook, Instagram, YouTube e WhatsApp). Além do uso de elementos não-mídia (banner display a ser veiculado no portal da instituição; cards e vídeo para as redes sociais online; e impressão de cartazes no formato A3, dentre outros).

Quando dizer: O mês de setembro foi o escolhido para a campanha, uma vez que nesse período deve sair o resultado prêmio. O período da campanha ficará compreendido entre 1º até 30 de setembro de 2023.

Considerando os aspectos apresentados e defendidos até aqui, podemos afirmar que a proposta técnica apresentada reúne todos os princípios fundamentais para obter êxito em sua execução.

PLANO DE COMUNICAÇÃO
IDEIA CRIATIVA

Conforme já apresentado na Estratégia de Comunicação, a ideia criativa proposta se desenvolve para atender ao problema especifico colocado pelo briefing, de restaurar a percepção de confiança e fortalecer a credibilidade do PJBA, junto aos seus públicos alvos por meio da divulgação do seu desempenho no Ranking da Transparência do CNJ 2022, no qual obteve colocação em 1º lugar, pontuando o que isso significa tanto para o Poder Judiciário baiano, quanto para a população por ele assistida – especialmente no sentido de garantir à sociedade pleno acesso à informação.

O partido gráfico escolhido para a campanha aqui apresentada utiliza de uma linguagem atrativa e contemporânea, diferenciada pelo recurso da aquarela em cima de imagens que fazem parte do dia a dia da relação da população, e com associações imagéticas que remetem a um ambiente jurídico desejado. A aquarela é uma técnica de pintura conhecida por sua delicadeza, fluidez e transparência, capaz de criar imagens suaves com uma sensação de leveza. Ao combinar essa técnica com imagens reais em uma peça publicitária, cria-se um contraste interessante e cativante. A mistura da aquarela com imagens reais traz uma qualidade artística e criativa à peça publicitária, tornando-a única e memorável. A combinação das texturas e cores com elementos do mundo real tende a gerar um impacto visual inusitado e marcante, despertando emoções nos espectadores e gerando a conexão pretendida.

A campanha apresenta apelos favoráveis a positivas interpretações pois, de forma sutil e simples, visa a emoção, o olhar cuidadoso, a Justiça, prevalecendo aquilo que deu certo e busca contribuir para que o PJBA seja identificado facilmente não como uma entidade etérea, burocrática, distante e inacessível, mas sim como o autêntico agente guardião, sempre zelando pela cidadania, pela paz social, capaz de criar as condições favoráveis à transformação de nossa atual realidade.

A transparência da aquarela é um apoio visual ao conceito: "QUANDO A JUSTIÇA É TRANSPARENTE, TODO MUNDO VÊ. E CONFIA!", a mensagem central é transmitida de modo acessível e simples, porém preservando a associação positiva e simbólica que se pretende marcar junto à informação do ranqueamento da instituição. Ao originalmente utilizar aquarelas em peças publicitárias, é possível despertar a curiosidade e captar a atenção do público de maneira sutil. A arte em aquarela pode transmitir uma sensação de autenticidade e criatividade, gerando uma percepção positiva da marca/instituição e do partido temático da campanha: transparência. E quando a Justiça se propõe a ser transparente, fortalece a relação de confiança no Judiciário por parte da sociedade, contribuindo com o desafio apresentado de reverter a imagem negativa que a instituição desfruta junto à população baiana.

O conceito estará presente na assinatura da marca e nas peças teremos a frase de apoio: 1º Lugar no Ranking da Transparência do Conselho Nacional de Justiça. 2022, para evocar interpretações positivas, em torno da acessibilidade e transparência do PJBA.

Para as peças escolhidas para corporificar essa campanha, foi pensado um vídeo (30') que trará algumas imagens do dia a dia do PJBA com trilha sonora e cenas. Saindo do usual, o uso somente da trilha trará um apelo mais afetivo e levará o público a fixar atenção nas cenas e palavras que aparecerão no vídeo. A trilha sonora desempenhará um papel fundamental na criação da atmosfera, estabelecendo o tom emocional e transmitindo mensagens subliminares aos espectadores. A vinheta (10') contará com o apelo visual das imagens. A peça de áudio escolhida foi um spot (30') que trará na sua locução um texto mais esclarecedor sobre a importância da transparência e sua associação com a confiança. Através de uma mensagem clara e persuasiva transmitida por meio do áudio, será possível estabelecer uma conexão emocional com o público-alvo e reforçar os valores de transparência e confiança no sistema judicial. Outra peça selecionada foi o outdoor que, com imagem impactante, terá um alto alcance. Essa é uma mídia que estará localizada em áreas movimentadas, como ruas,

estradas e áreas urbanas, onde há um alto fluxo de pessoas. Isso permite que a mensagem atinja uma grande audiência, incluindo pedestres e motoristas.

A mídia digital poderá contar com várias peças, nas quais a criação traz vários conteúdos diferentes sobre a mesma temática. Para essa campanha, foi escolhido para ser corporificado o banner display que exibirá elementos visuais atraentes, como imagens, cores e textos impactantes. Com um design criativo e atraente, irá chamar a atenção dos usuários e transmitir a mensagem de forma rápida e impactante.

Toda as estratégias de comunicação que envolvem não-mídias podem desempenhar um papel importante na promoção da transparência, acesso à informação e confiança no sistema judicial. Neste sentido a campanha poderá ser usada em todos os meios de comunicação internos do PJBA. Para atender ao edital, escolhemos a peça cartaz, que poderá ser colocada nos espaços do Poder Judiciário e, aproveitando-o, em locais estratégicos de parceiros, com alta visibilidade, como espaços públicos, instituições, estabelecimentos comerciais e centros comunitários. Isso permite que a mensagem alcance um grande número de pessoas, incluindo membros da comunidade do PJBA e outros grupos de interesse.

Sobre os desdobramentos comunicativos das peças, vamos detalhar um pouco mais:

Outdoor: Os outdoors possuem diversos desdobramentos comunicativos que podem ser analisados a partir de diferentes perspectivas. Aqui estão alguns pontos relevantes a considerar: visibilidade e alcance; segmentação de público (por exemplo, por bairros); mensagens curtas e impactantes. Além disso, o apelo visual é fundamental. A imagem criada para o outdoor dessa campanha foi projetada com o intuito de atrair a atenção visual das pessoas, utilizando cores vivas. O objetivo é capturar o olhar das pessoas e transmitir a mensagem de forma rápida e eficaz.

Vídeo de 30": O vídeo para TV aberta possui desdobramentos comunicativos distintos, uma vez que precisa captar a atenção do espectador em um curto período de tempo. Aqui estão alguns aspectos relevantes a considerar na criação desse vídeo para a campanha: narrativa concisa; estética visual e sonora; mensagem clara e memorável; identificação do público-alvo com conteúdo relevante e envolvente; apelo emocional. O objetivo do vídeo para o PJBA é despertar emoções que gerem identificação e engajamento. É importante lembrar que a eficácia de um vídeo depende do contexto em que é exibido, como o programa ou o horário em que é veiculado. Portanto, uma estratégia de mídia bem elaborada foi traçada para atender aos diferentes públicos.

Vinheta de 10": As vinhetas de 10" para DOOH (Digital Out-of-Home) possuem diversos desdobramentos comunicativos a serem considerados: mensagem curta e direta; uso de imagens e animações cativantes; aproveitamento da localização e contexto; direcionamento a determinados locais para atingir um público específico. Além disso, a identidade visual forte é fundamental. O uso de imagens que fazem parte do cotidiano da população, juntamente com a consistência da identidade visual da marca do PJBA, será importante para criar associações claras.

Spot 30": Ao planejarmos o uso de spot, consideramos os seguintes desdobramentos comunicativos: roteiro conciso e informativo para atingir o público-alvo; trilha e narrativa cativante, frequência e repetição, buscando reforço na mídia para gerar lembrança e memoria na população e ao final do spot, a ênfase será dada a marca do PJBA e ao conceito da campanha: Poder Judiciário do Estado da Bahia - Quando a justiça é transparente, todo mundo vê. E confia!

Banner display: O banner display captura a atenção do público em um espaço limitado e por isso usa de alguns bons desdobramentos comunicativos: a arte criada para a campanha do PJBA tem um design atraente com cores vibrantes; imagens cativantes e uma tipografia legível para destacar o anúncio e atrair a atenção dos usuários.

Cartaz - O principal desdobramentos comunicativos a serem considerados com o uso do cartaz são o de destacar a conquista do prêmio e gerar reconhecimentos pelo trabalho que foi

comum a todos da instituição, com o seu uso em locais de circulação de passantes e compartilhamento por instituições parceiras.

Com relação aos meios de mídia escolhidos, a campanha contará com um mix, que inclui TV, rádio, mídia exterior e meios digitais, sendo possível assim alcançar um público mais amplo e diversificado buscando atingir todo o público alvo.

Cada meio de comunicação tem suas próprias características e alcance, e a combinação dele está pensada e programada de modo a aumentar a eficácia da campanha publicitária.

Aqui estão alguns pontos a serem considerados sobre os meios:

A televisão é um meio de comunicação de massa e tem um alcance significativo e a combinação de criativos elementos visuais e sonoros podem criar uma experiência emocional e envolvente para o público do PJBA.

O rádio é um meio de comunicação que atinge as pessoas em movimento, como no trânsito ou durante atividades diárias. O spot da campanha é informativo e com certeza irá contribuir para aumentar a conscientização sobre um tópico tão especifico e necessário quanto a transparência, pois tem o poder de educar o público, fornecendo dados, fatos e conselhos úteis.

A mídia exterior, como outdoors, placas e banners, alcança um público local de passagem e, por meio da leveza da aquarela, será capaz de atrair o público para a mensagem principal a ser transmitida.

Toda a mídia digital desempenha um papel fundamental nas campanhas publicitárias nos dias de hoje. Ela oferece uma série de vantagens e oportunidades que tornam sua presença essencial. A campanha do PJBA fará uso dos meios digitais, com anúncios online, mídias sociais e isso irá facilitar e oferecer a segmentação precisa do público-alvo. A mídia programática será um dos principais pontos de contato da campanha. Para o formato de Search, a intenção é anunciar no exato momento em que seu potencial público faz uma pesquisa. Haverá esforços no Meta (Facebook/Instagram), TikTok, Twitter e YouTube. A tática utilizada contempla atuação com os objetivos de alcance e views. O vídeo, e possíveis desdobramentos, poderá ser pensado para o meio digital e veiculado em diferentes formatos na plataforma do Youtube e nos ambientes de rede de vídeo e social.

As seis peças da campanha englobam os meios online e offline, além da peça não-mídia, e estão distribuídas da seguinte forma:

MIDIA OFF

01 outdoor simples – 1 motivo

01 roteiro VT 30" – em "monstro"

01 roteiro SPOT 30" – em "monstro"

01 vinheta 10' – em storyboard

MÍDIAS ON

Banner Display 970 x 250 - 1 motivo

NÃO-MÍDIA

01 Cartaz A3 - 1 motivo

PLANO DE COMUNICAÇÃO

ESTRATEGIA DE MIDIA E NÃO MIDIA

No plano de mídia da campanha, o foco é tornar o PJBA presente no dia a dia do público-alvo, permitindo o reforço contínuo da mensagem. Esse cenário destaca a importância da estratégia cross media, distribuindo os serviços em várias mídias e plataformas para conectar a instituição com a população. O gráfico do Cenp Meios 2022 (Imagem 01) reflete esse consumo diversificado. O planejamento abrange a veiculação em TV aberta, internet, rádio, OOH (mídia Out of Home) e DOOH (mídia Digital Out of Home) em todo o estado. O investimento total é de R$ 299.024,51, de 01 a 30 de setembro de 2023.

TV ABERTA

O Brasil é o país da América Latina com o maior consumo de TV aberta, com uma média diária de 4 horas e 54 minutos e um share de 68% (Imagem 02). Optamos pela Rede Globo, que possui seis emissoras baianas, alcançando 409 municípios (Imagem 03). Escolha reforçada pelo ranking de share da Kantar Ibope (Imagem 04). Serão veiculados programas jornalísticos em três flights de TV, com 15 inserções ao longo da campanha.

DIGITAL

Com a rápida evolução da inteligência artificial e o acesso cada vez maior a um vasto conjunto de dados sobre os usuários, a publicidade digital está se tornando mais precisa. Agora é possível entregar a mensagem certa no momento ideal para o público e medir resultados de maneira assertiva. Nossa tática prevê uma veiculação de 30 dias, abrangendo todo o estado da Bahia e seguindo o fluxo completo de engajamento do funil, associando a mensagem à conscientização da marca. A mídia programática desempenhará um papel fundamental na estratégia, permitindo a entrega de anúncios personalizados com segmentação altamente otimizada. No formato de Search (pesquisa), nosso objetivo é exibir anúncios no exato momento em que o público em potencial realiza pesquisas relacionadas aos nossos serviços. Em relação às redes sociais, estamos concentrando nossos esforços no Meta (Facebook/Instagram), TikTok, Twitter e YouTube, pois são as plataformas mais consumidas no país, de acordo com pesquisa da Comscore (Imagem 06).

O objetivo é alcançar e engajar o usuário em diferentes momentos do dia, potencializando a estratégia. A análise da Imagem 07, em anexo, apresenta o ranking das redes sociais mais acessadas pelos usuários, o que reforça as nossas escolhas. De acordo com a Kantar Ibope Media (Imagem 08), os vídeos online atingem aproximadamente 1/3 da população brasileira em um único dia, quase dobrando esse valor mensalmente. Nesse contexto, serão veiculados diferentes formatos nas plataformas do YouTube e em ambientes de redes sociais e vídeos. As principais plataformas de streaming, como Spotify, Deezer e Rádio Ads, também estão sendo consideradas. Em termos de resultados esperados no ambiente digital, nossa meta é alcançar 857 cliques, mais de 2.000.000 de impressões, mais de 37 mil visualizações e mais de 34 mil escutas.

RÁDIO

Serão utilizadas as principais emissoras de rádio com ampla cobertura geográfica no estado. De acordo com pesquisa do Kantar (Imagem 09), o rádio é ouvido por 83% da população das 13 regiões metropolitanas pesquisadas. As emissoras selecionadas para essa estratégia são Sociedade AM, Metrópole e GFM, totalizando 242 inserções.

MÍDIA EXTERIOR

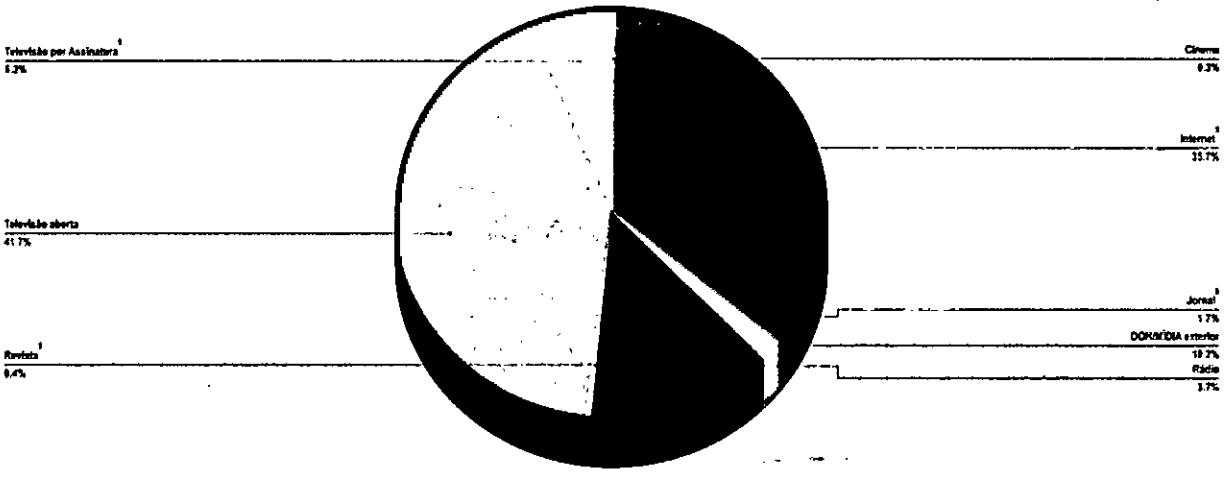
Para impactar o cidadão ao longo de seu dia, iremos utilizar os meios de outdoor e digital out of home (dooh). A análise da imagem 11, anexada, demonstra a eficácia de diferentes formatos de ooh e reforça a relevância dos meios escolhidos. Levando em consideração a verba disponível e a abrangência territorial, optamos por concentrar o uso de outdoor e dooh na capital e em algumas regiões metropolitanas. Garantindo a cobertura dos moradores dessas cidades e também atingimos a população que transita entre elas para trabalho, estudo e viagens próximas. Serão utilizadas 17 placas de outdoor, três painéis digitais e um caminhão de led.

NÃO-MÍDIA E RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

A comunicação interna (não mídia) utilizará todos os meios disponíveis do PJBA para fortalecer a comunicação institucional, ampliando alcance, agilidade e interação com o público interno. Serão aproveitadas todas as redes sociais, incluindo a lista de transmissão do WhatsApp do PJBA. Para a campanha, será criado um cartaz no formato A3, ampliando a divulgação em diversos ambientes parceiros e alcançando um público mais amplo.

ANEXO

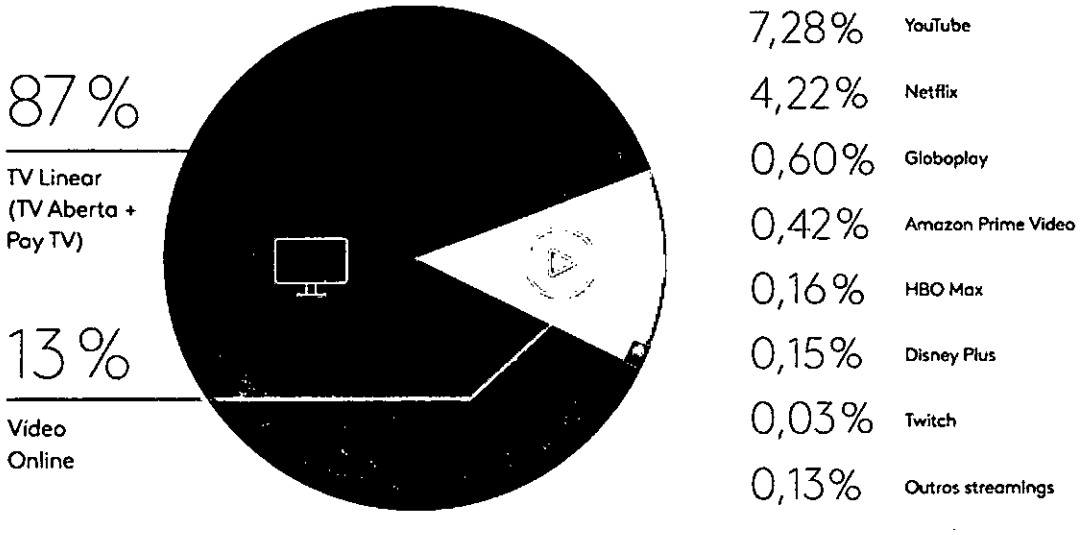
IMAGEM 01



Fonte: Cenp Meios 2022 (Jan/Dez)

IMAGEM 02

Share de audiência % | TV/CTVs



Fonte: Kantar Ibope Media.

IMAGEM 03

	MUNICÍPIOS	POPULAÇÃO
6 emissoras	409	14.919.208
% BAHIA	98,08	99,07
SATÉLITE	0	0
% BAHIA	0,00	0.00
TOTAL GLOBO	409	14.919.208
% BAHIA	98,08	99,07
NÃO COBERTOS	8	140.119
% BAHIA	1,92	0.93
TOTAL BAHIA	417	15.059.327
EXIBIDORAS	MUNICÍPIOS	POPULAÇÃO
TV Bahia	135	6.434.140
TV Oeste	35	979.424
TV Santa Cruz	60	1.835.554
TV São Francisco	43	1.508.954
TV Subaé	51	2.089.861
TV Sudoeste	85	2.071.275

Fonte: Atlas de Cobertura Rede Globo

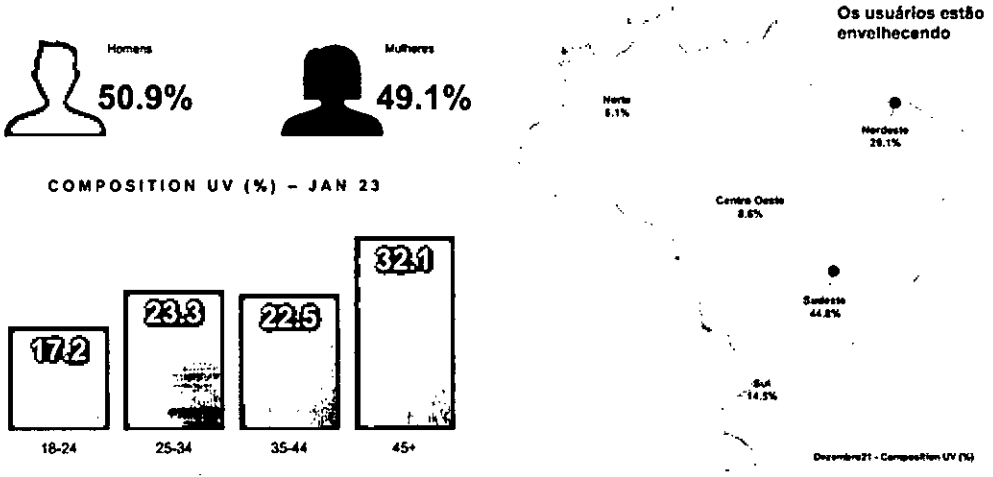
IMAGEM 04

EMISSORAS TV ABERTA	SHARE DE PARTICIPAÇÃO
1º Globo	33,70%
2º Streaming + Youtub	21,80%
3º RecordTV	10,60%
3º TV paga	9,10%
5º SBT	8,30%
6º Band	2,00%
7º RedeTV	0,70%
8º Outros	13,80%
	100,00%

Fonte/Source: Kantar IBOPE Media – Target Universo Regiões Metropolitanas 2023.

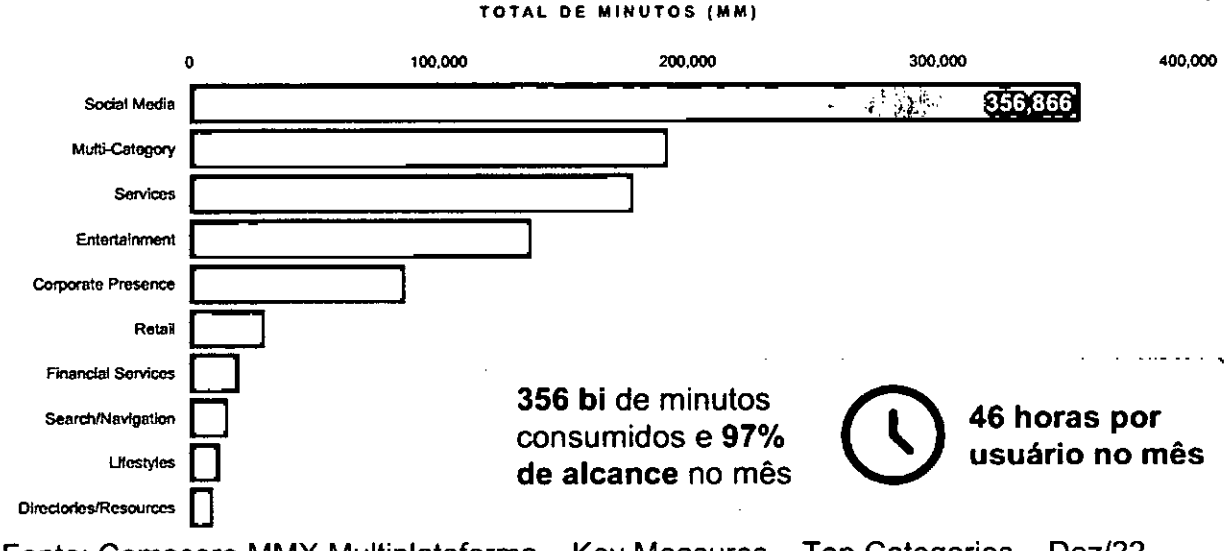
IMAGEM 05

QUEM SÃO OS USUÁRIOS BRASILEIROS?



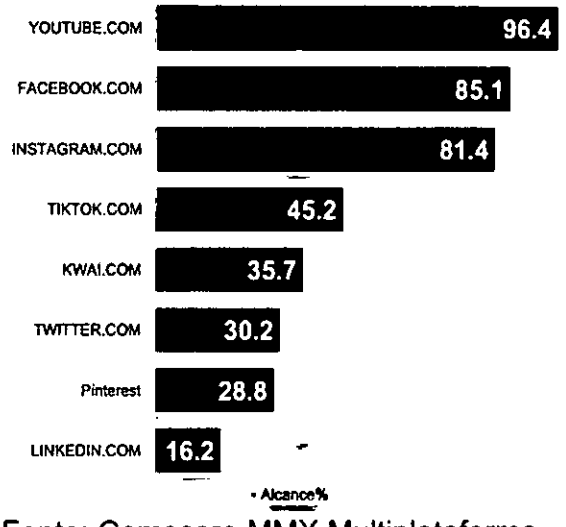
Fonte: Comscore MMX Multi-Platform – Demographic Profile 18+ – Total Internet – Jan/23– Brasil

IMAGEM 06



Fonte: Comscore MMX Multiplataforma – Key Measures – Top Categories – Dez/22 – Brasil

IMAGEM 07

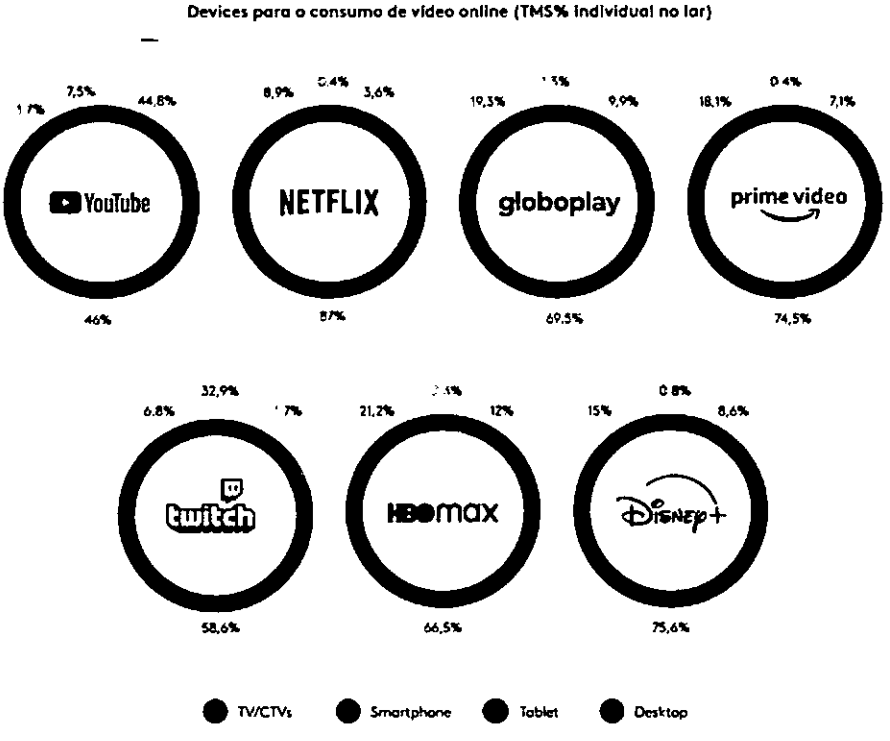


Instagram e Youtube são onde os usuários dedicam mais tempo

Plataformas	Total Minutos (MM)	Média de minutos por usuário no mês	Média em horas por usuário no mês
YOUTUBE.COM	94.084	742,3	12:22
FACEBOOK.COM	61.328	548,1	09:08
INSTAGRAM.COM	94.644	884,0	14:44
TIKTOK.COM	33.678	566,7	09:27
KWAI.COM	20.485	436,2	07:16
TWITTER.COM	6.691	168,6	02:49
Pinterest	1.046	27,6	00:28
LINKEDIN.COM	863	40,4	00:40

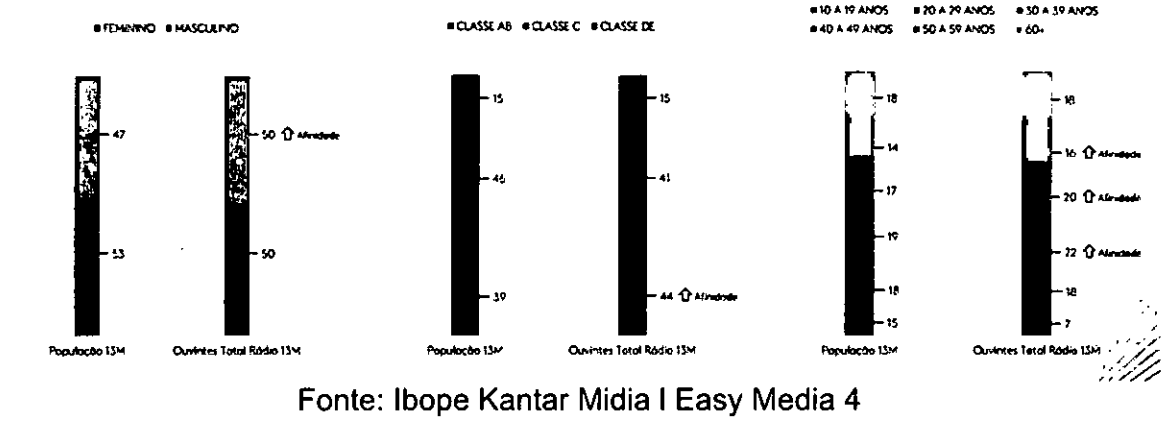
Fonte: Comscore MMX Multiplataforma – Key Measures – Top Categories – Dez/22 – Brasil

IMAGEM 08



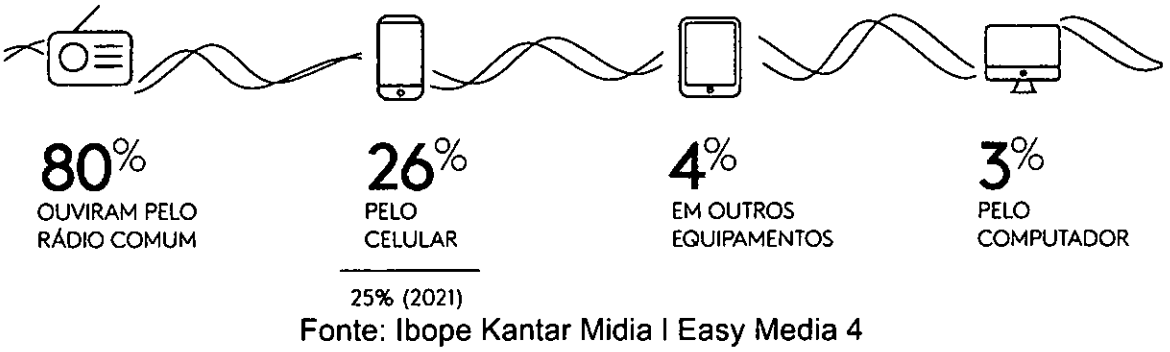
Fonte: Kantar IBOPE Media | Cross Platform View | Consumo Domiciliar | Total Individuos | Consumo Domiciliar | | Total Vídeo | 2022 | Shr% | 15 Regiões Metropolitanas

IMAGEM 09



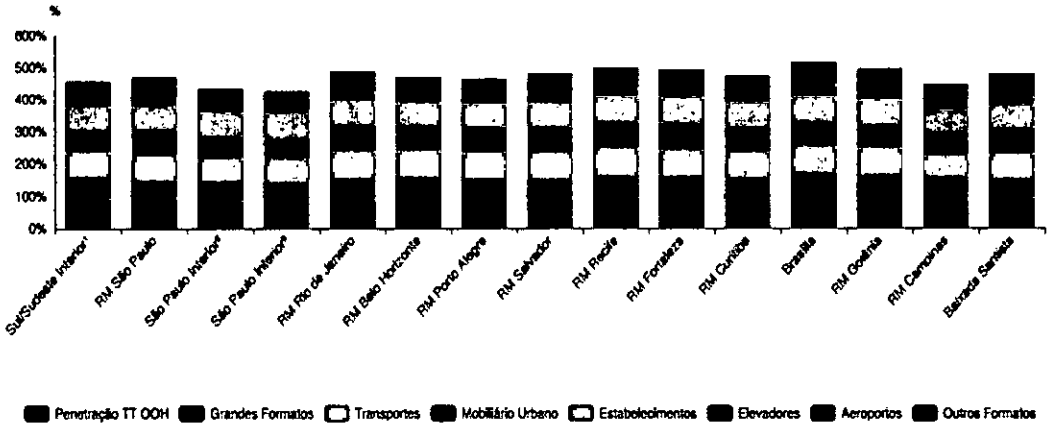
Fonte: Ibope Kantar Midia I Easy Media 4

IMAGEM 10



Fonte: Ibope Kantar Midia I Easy Media 4

IMAGEM 11



Fonte: Midia Dados 2022

RESUMO DE INVESTIMENTO GERAL

PERÍODO DE 30 DIAS DE CAMPANHA (01 A 30 DE SETEMBRO DE 2023)

Meio de Comunicação	Veículo	Peça/formato	INVESTIMENTO EM PRODUÇÃO DE MÍDIA E NÃO MÍDIA			INVESTIMENTO EM DISTRIBUIÇÃO DE NÃO MÍDIA			INVESTIMENTO EM MÍDIA			
			Quantidade	Valor (R$)	Percentual (%)	Quantidade	Valor (R$)	Percentual (%)	Período	Qtde. de inserçoes	Valor (R$)	Percentual (%)
TV ABERTA	TV Globo (Estado)	Filme 30"	1	R$ 18.000,00	6,02%				3 flights	15	R$ 64.177,00	21,46%
										15	R$ 64.177,00	21,46%
RÁDIO	Rádio Metrópole FM	Spot 30"	1	R$ 3.000,00	1,00%				22 dias	22	R$ 12.243,00	4,09%
	Rádio Sociedade AM	Spot 30"							22 dias	110	R$ 33.000,00	11,04%
	Rádio GFM	Spot 30"							22 dias	110	R$ 34.320,00	11,48%
										242	R$ 79.563,00	26,61%
MÍDIA EXTERIOR	Impacto Outdoor	Outdoor Simples (9x3m)	3	R$ 900,00	0,30%				1 bi semana	3	R$ 13.761,00	4,60%
	Akymidia	Outdoor Simples (9x3m)	1	R$ 300,00	0,10%				1 bi semana	1	R$ 4.483,51	1,50%
	Girlan Outdoor	Outdoor Simples (9x3m)	13	R$ 3.900,00	1,30%				1 bi semana	13	R$ 11.440,00	3,83%
					1,71%					17	R$ 29.684,51	9,93%
DOOH	Central de Midia	Vinheta 10"	1	R$ 1.000,00	0,33%				Mensal	1	R$ 33.000,00	11,04%
										1	R$ 33.000,00	11,04%
INTERNET	Insight Midia Digital	Carrossel Facebook 800 x 800px, texto para buscadores e banners nos formatos: 300x250px, 300 x 600px, 728 x 90px, 970 x 250px, 320 x 50px, Storie 1080 x 1920px (área total) e 1080 x 1420px (visível), 1200 x 628px, 720 x 1280px. Também serão utilizadas as peças Spot 30", VT 30" e 60", e o formato Carrossel 800x800px no Instagram e LinkedIn.	0	R$ 0,00	0,00%				Mensal	857 cliques + de 2.000.000 de impressões + de 37mil visualizações +34 mil escutas	R$ 62.000,00	20,73%
										0	R$ 62.000,00	20,73%
NÃO-MÍDIA		Cartaz A3	1000	R$ 2.000,00	0,67%	1000	R$ 1.500,00	0,50%	-	-	-	-
Sub-total				R$29.100,00	9,73%		R$1.500,00	0,50%			R$268.424,51	89,77%
Total Geral							R$ 299.024,51					100,00%

TV ABERTA

COMERCIAL 30"

PROGRAMAÇÃO	Formato	30 DIAS - SETEMBRO 2023																														Tot Ins	Custo Unitário	Desc.	Total Tabela
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
		S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S				
REDE GLOBO ESTADO																																			
Hora Um	30"				1		1		1			1		1		1			1		1											8	R$ 2.419,00	0,00%	R$ 19.352,00
Bom Dia Praça	30"					1		1					1							1			1									5	R$ 5.919,00	0,00%	R$ 29.595,00
Bom Dia Brasil	30"														1							1										2	R$ 7.615,00	0,00%	R$ 15.230,00
TOTAL					1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1									**1$**			**R$ 64.177,00**

RÁDIO

Veículo	Programa	Formato	30 DIAS - SETEMBRO 2023																															Tot Ins	Custo Unitário Tabela	Total
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
			S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S				
Rádio Metrópole FM	Jornal da Bahia no Ar 1a hora	30"				1	2	1	2	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1		22	R$ 556,50	R$ 12.243,00
Rádio Sociedade AM	Indeterminado	30"				6	6	6	6	5			5	6	5	6	5			5	6	5	6	5			5	6	5	6	5		110	R$ 300,00	R$ 33.000,00
Rádio GFM	FAIXA HORÁRIA (06h às 19h)	30"				6	6	6	6	5			5	6	5	6	5			5	6	5	6	5			5	6	5	6	5		110	R$ 312,00	R$ 34.320,00
TOTAL						13	14	13	14	11			11	13	11	13	11			11	13	11	13	11			11	13	11	13	11		242		R$ 79.563,00

MÍDIA EXTERIOR - SETEMBRO 2023

VEÍCULO	MUNÍCIPIO	MEIO	PERÍODO	FORMATO	TAMANHO	QTD.	VALOR UNITARIO TABELA	VALOR TOTAL UNITARIO TABELA
Impacto Outdoor	Salvador	Outdoor	1 BI SEMANA	Simples - Standard	9x3m	3	R$ 4.587,00	R$ 13.761,00
Akymidia	Lauro de Freitas	Outdoor	1 BI SEMANA	Simples	9x3m	1	R$ 4.483,51	R$ 4.483,51
Girlan	Feira de Santana	Outdoor	1 BI SEMANA	Simples	9x3m	1	R$ 880,00	R$ 880,00
Girlan	Vitória da Conquista	Outdoor	1 BI SEMANA	Simples	9x3m	1	R$ 880,00	R$ 880,00
Girlan	Camaçari	Outdoor	1 BI SEMANA	Simples	9x3m	1	R$ 880,00	R$ 880,00
Girlan	Juazeiro	Outdoor	1 BI SEMANA	Simples	9x3m	1	R$ 880,00	R$ 880,00
Girlan	Itabuna	Outdoor	1 BI SEMANA	Simples	9x3m	1	R$ 880,00	R$ 880,00
Girlan	Teixeira de Freitas	Outdoor	1 BI SEMANA	Simples	9x3m	1	R$ 880,00	R$ 880,00
Girlan	Barreiras	Outdoor	1 BI SEMANA	Simples	9x3m	1	R$ 880,00	R$ 880,00
Girlan	Ilhéus	Outdoor	1 BI SEMANA	Simples	9x3m	1	R$ 880,00	R$ 880,00
Girlan	Jequié	Outdoor	1 BI SEMANA	Simples	9x3m	1	R$ 880,00	R$ 880,00
Girlan	Alagoinhas	Outdoor	1 BI SEMANA	Simples	9x3m	1	R$ 880,00	R$ 880,00
Girlan	Porto Seguro	Outdoor	1 BI SEMANA	Simples	9x3m	1	R$ 880,00	R$ 880,00
Girlan	Simões Filho	Outdoor	1 BI SEMANA	Simples	9x3m	1	R$ 880,00	R$ 880,00
Girlan	Paulo Afonso	Outdoor	1 BI SEMANA	Simples	9x3m	1	R$ 880,00	R$ 880,00
TOTAL GERAL						**17**		**R$ 29.684,51**

DIGITAL OUT OF HOME (DOOH) - SETEMBRO 2023

VEÍCULO	PRAÇA	DESCRITIVO LOCAL	FORMATO	PERÍODO	SECUNDAGEM	QTD.	VALOR UNITARIO TABELA	VALOR TOTAL UNITARIO TABELA
Central de Mídia	SALVADOR	AV. ANTÔNIO CARLOS MAGALHÃES COM A AV. TANCREDO NEVES EM FRENTE A ESTAÇÃO RODOVIÁRIA DE SALVADOR. REGIÃO DO SHOPPING DA BAHIA SENTIDO DO FLUXO: RÓTULA DO ABACAXI E SHOPPING BELA VISTA.	PAINEL DE LED	MENSAL	10"	1	R$ 15.000,00	R$ 15.000,00
	LAURO DE FREITAS	AV. PRAIA DE ITAPUÃ EM FRENTE A TRATORIA IL MANEGGIO – VILAS DO ATLÂNTICO	PAINEL DE LED	MENSAL	10"	1	R$ 6.000,00	R$ 6.000,00
	CAMAÇARI	ESTRADA DO COCO - KM 13 – ABRANTES. FICA A 50M DO ALPHAVILLE LITORAL NORTE SENTIDO SALVADOR	PAINEL DE LED	MENSAL	10"	1	R$ 6.000,00	R$ 6.000,00
	FEIRA DE SANTANA	1. AV. FRAGA MAIA VIZINHO A LOJA CERQUEIRA HOME (rotativo nos três locais)	CAMINHÃO DE LED	MENSAL	10"	1	R$ 6.000,00	R$ 6.000,00
		2. AV. PRESIDENTE DUTRA EM FRENTE AO ÁRIA HALL (rotativo nos três locais)						
		2. AV. JOÃO DURVAL PRÓXIMO A FEIRINHA (rotativo nos três locais)						
TOTAL GERAL						4		R$ 33.000,00

CDLJ PUBLICIDADE LTDA - ME
CNPJ: 05.034.051/0001-58
INSC.MUNICIPAL: 224.116/001-52

SALVADOR, 29 DE MAIO DE 2023

DIGITAL - 01 A 30 DE SETEMBRO 2023

BANNERS, TEXTO, ÁUDIO E VÍDEO

Veículo	Objetivo	Canal	Estratégia	Métrica Contratada	R$ Tabela	Entrega Estimada		R$ Investimento Bruto	% Participação
Insight Mídia	Tráfego	Search	Rede de Pesquisa (Google Ads) - Buscadores	CPC	R$ 3,50	857	cliques	R$ 3.000,00	5%
	Alcance	Display	Rede de Display (DV 360) - Site List	CPM	R$ 5,00	600.000	impressões	R$ 3.000,00	5%
			Rede de Display (DV 360) - Interesses	CPM	R$ 6,50	461.538	impressões	R$ 3.000,00	5%
		Social	Facebook / Instagram - Feed de Notícias	CPM	R$ 8,00	875.000	impressões	R$ 7.000,00	11%
			Twitter - Feed de Notícias	CPM	R$ 45,00	66.667	impressões	R$ 3.000,00	5%
			TikTok - Feed de Notícias	CPM	R$ 24,00	125.000	impressões	R$ 3.000,00	5%
		Youtube	Youtube - In-Feed / Discovery (somente mobile)	CPM	R$ 25,00	120.000	impressões	R$ 3.000,00	5%
		Rich Media	Rich Media (Cazamba) - Rich Media Widescreen / Desktop	CPM	R$ 90,00	61.111	impressões	R$ 5.500,00	9%
	Vizualização de Vídeo	Social	Visualização de Vídeo (Thurplay) - Facebook / Instagram - Feed de Notícias / Stories	CPV	R$ 1,00	3.000	visualizações	R$ 3.000,00	5%
		Rede de Vídeo	Rede de Vídeo (DV 360) - Interesses	CPV	R$ 0,80	3.750	visualizações	R$ 3.000,00	5%
		TikTok	Visualização de Vídeo	CPVC	R$ 1,50	2.000	visualizações	R$ 3.000,00	5%
		Youtube	Youtube Shorts - Material de até 60"	CPVC	R$ 0,80	5.000	visualizações	R$ 4.000,00	6%
			Visualização de Vídeo - In-stream Pulável	CPV	R$ 0,80	5.000	visualizações	R$ 4.000,00	6%
	Streaming	Áudio	Rádio Ads	CPEC	R$ 0,30	6.667	escutas completas	R$ 2.000,00	3%
			Spotify - Áudio + Banner	CPEC	R$ 0,25	20.000	escutas completas	R$ 5.000,00	8%
			Spotify - Visualização de Vídeo	CPVC	R$ 0,30	11.667	visualizações completas	R$ 3.500,00	6%
			Deezer - Áudio	CPEC	R$ 0,25	8.000	escutas completas	R$ 2.000,00	3%
			Deezer - Visualização de Vídeo	CPVC	R$ 0,30	6.667	visualizações completas	R$ 2.000,00	3%
Total								**R$ 62.000,00**	**100%**

***Valores referem-se a reserva de mídia pelo fato dos veículos não possuirem tabela de preços fixa** *** Entregas estimadas.**

TABELA DE PREÇOS 2023

OUTDOOR SIMPLES
R$ 4.483,51

OUTDOOR DUPLO
R$ 11.659,95

OUTDOOR TRIPLO
R$ 17.526,85

- Iluminação: Acréscimo de 50% no valor.
- Aplique: Acréscimo de 30% a 50%, dependendo do tamanho.
- Projeto especial: Valor sobre consulda.
- Não nos responsabilizamos por lonas roubadas.
- **Nossas placas são de ferro, tubo monoposte e chapa galvanizada.**
- Troca de cartazes dentro da bissemana: acréscimo de 10%.
- As placas iluminadas possuem duas luminárias de 100 watts (led) cada uma.

Afiliada: CENTRAL DE OUTDOOR-BA

Visitem nosso site: www.akymidia.com

AV. TANCREDO NEVES - 2421, EDF. CENTRO EMPRESARIAL REDENÇÃO, SALA 401 - CAMINHO DAS ÁRVORES
TEL.: (+55 71) 3021-0001 I WWW.AKYMIDIA.COM

LOTE	Nº	Nome / Local	Endereço	Cidade	Estado	Latitude	Longitude	Número de Faces	Tecnologia	Resolução Mínima/Máxima	Duração do Spot (segundos)	Exibição de cartazes	Data de Disponibilidade	Horário de Funcionamento do Mídia	Quantidade de Inserções	Período Comercial
CIDADES DE MAIOR MAGNITUDE	01	PAINEL DE LED - SALVADOR	Av. Antônio Carlos Magalhães (Linha 2 e Av. Tancredo Neves) na frente e circulação adjacente de Salvador, localização próxima da Praça Castro Alves do Farol da Barra, Orla da Barra e Itapuã (Boa Viagem / Praia do Forte)	SALVADOR	BA	-13.01.765.168	-38.511.372,10	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1080 x 600 px	Vídeos de 10"	24H	04	06H AS 22H	300 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL SEMANAL
		PAINEL DE LED - MERCAL BONFIM	Rodovia BA 460 (Estrada da Cidade) - km 13 - Antônio Gonçalves Em frente ao Condomínio Vila Dubai (Condomínio - Cafe do Amanhã) - Caminho Ventura Gurgel Pedreira / Praia do Hotel	CAMAÇARI	BA	-12.667.257	-38.279.863,3	1	PAINEL DE LED	1,04 x 1,920 / 1080 x 600 px	Vídeos de 10"	24H	13	06H AS 22H	450 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - LAGOA DE PIRANÃ	Av. Praia de Itapuã (Em frente a Pousada Vila Dos Arcos) - Vila dos Arcos	LAGOA DE PIRANÃ	BA	-12.966900	-38.368000,3	1	PAINEL DE LED	1,00 x 1,920 / 640 x 360 px	Vídeos de 10"	24H	20	06H AS 22H	667 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - CAMAÇARI	Estrada do Coco - km 13 - Abrantes Praia e Spa do Abrantes (Urbanização Santa Bárbara)	CAMAÇARI	BA	-12.8.000004	-12.340.000,3	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 600 x 312 px	Vídeos de 10"	24H	12	06H AS 22H	400 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - PRAIA DE SANTANA	Ponto de maior movimento da praia 1 - Av. Praia (Em frente a Rua Edgar Santos)	PRAIA DE SANTANA	BA	-12.389727	-38.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 600 x 312 px	Vídeos de 10"	24H	30	06H AS 22H	300 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
			Ponto de maior movimento da praia 2 - Av. Presidente Dutra (Em frente ao Posto da Ana Maia)			-12.2[illegible]055	-38.[illegible]									
			Ponto de maior movimento da praia 3 - Av. João Durval Carneiro (Em frente a Pousada Vila Dos Arcos)			-12.3[illegible]127	-38.[illegible]									
		PAINEL DE LED - MANDIGUERA	Praça Nossa Senhora Conceição	MANDIGUERA	BA	-12.16700	-38.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 600 x 312 px	Vídeos de 10"	24H Em Em	20	07H AS 22H	120 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - CRUZ DAS ALMAS	Praça Senhor Bonfim	CRUZ DAS ALMAS	BA	-12.6[illegible]	-39.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 600 x 312 px	Vídeos de 10"	24H	15	24H	300 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - Santo Antônio de Jesus	Av. Jorge Amado - Centro, acesso ao Shopping Recanto Poliboni e Lojas Americanas.	Santo Antônio de Jesus	BA	-12.[illegible]	-39.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1080 x 600 px	Vídeos de 10"	06H Em 24H	20	06H AS 22H	200 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - Amargosa	Praça dos Namorados, área central da cidade.	Amargosa	BA	-13.[illegible]	-39.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1080 x 720 px	Vídeos de 10"	24H	20	06H AS 22H	117 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - Monumento de Antônio Conselheiro	Av. Presidente Vargas, 174 - Centro (perto da rua de trás, Praça Eliseu Tavares - Próximo Praça da Igreja)	Monumento de Antônio Conselheiro	BA	-11.[illegible]	-39.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1080 x 720 px	Vídeos de 10"	24H	30	06H AS 22H	60 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - XIQUE	Praça das Flores - Centro Próximo da Rua de acesso para os bancos Caixa e Banco do Brasil (Caixa, Bradesco e Banco do Brasil)	XIQUE	BA	-13.[illegible]	-42.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 720 x 432 px	Vídeos de 10"	24H Em 24H	30	07H AS 22H	300 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - GUANAMBI	Praça do Não Jogado (Em frente a Rua Rui)	GUANAMBI	BA	-14.[illegible]	-42.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1080 x 600 px	Vídeos de 10"	24H	30	06H AS 22H	60 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - Itabuna	Av. Beira Rio (Próximo ao Posto Gasolina - Rótula de São Antônio)	Itabuna	BA	-14.[illegible]	-39.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1080 x 600 px	Vídeos de 10"	24H	15	06H AS 22H	150 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - ILHÉUS	Av. 2 de Julho, Centro da Cidade. Próximo ao Mercado Central da Cidade.	ILHÉUS	BA	-14.[illegible]	-39.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1080 x 720 px	Vídeos de 10"	24H	30	06H AS 22H	150 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
			Praça Cairu			-14.[illegible]	-39.[illegible]									
		PAINEL DE LED - Gandu	Rua do Mercado (Em frente ao Supermercado Central)	Gandu	BA	-14.[illegible]	-39.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1080 x 600 px	Vídeos de 10"	24H	30	06H AS 22H	225 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - Santo Antônio Descalvado - 1	Cruzamento das ruas Rodolfo Dias e Castro Alves. Próximo da Praça da Igreja do Santo Antônio	Santo Antônio Descalvado	BA	-11.[illegible]	-40.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1080 x 360 px	Vídeos de 10"	24H Em 24H	30	06H AS 22H	150 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - JOÃO EDUARDO MAGALHÃES - 2	Rotatória das avenidas Tancredo Neves e Paraná, no bairro Nossa Senhora, ao lado da "Praça do Amor".	JOÃO EDUARDO MAGALHÃES	BA	-12.[illegible]	-45.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1080 x 360 px	Vídeos de 10"	24H Em 24H	30	06H AS 22H	150 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - BARREIRAS	Avenida Clemente Mariani, 1417 - Centro	BARREIRAS	BA	-12.[illegible]	-44.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1620 x 1080 px	Vídeos de 10"	24H Em 24H	30	06H AS 22H	150 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - CORÉ SOBRAL LAPA	Praça Monsenhor Heribaldo da Rocha Coelho	SOBRAL DA LAPA	BA	-13.[illegible]	-43.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1080 x 720 px	Vídeos de 10"	24H	30	06H AS 22H	90 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - BRAÚ	Av. Arthur Hermínio, Guanabara Av. Presidente Kennedy, Bairro Dos Funcionários, Braú	BRAÚ	BA	-11.[illegible]	-41.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1620 x 1080 px	Vídeos de 10"	24H	30	06H AS 22H	150 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - MONTE SANTO - 1	Praça Nossa Senhora Do Rosário - Centro	MONTE SANTO	BA	-10.[illegible]	-40.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1080 x 600 px	Vídeos de 10"	24H	30	06H AS 22H	120 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - MONTE SANTO - 2	Av. Antônio - 10 - Centro	MONTE SANTO	BA	-10.[illegible]	-40.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1080 x 720 px	Vídeos de 10"	24H	30	06H AS 22H	120 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - JEQUIÉ	Av. Arthur Maia, 400	JEQUIÉ	BA	-13.[illegible]	-40.[illegible]	2	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1620 x 1080 px	Vídeos de 10"	24H	30	06H AS 22H	60 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - JEQUIÉ	Av. Carmela Dutra, 700 - Sala	JEQUIÉ	BA	-13.[illegible]	-40.[illegible]	2	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1620 x 1080 px	Vídeos de 10"	24H Em 24H	30	06H AS 22H	60 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - ITAPETINGA	Av. 7 de Setembro	ITAPETINGA	BA	-15.[illegible]	-40.[illegible]	2	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1620 x 1080 px	Vídeos de 10"	24H	30	06H AS 22H	60 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - MACAÚBAS	Avenida Do Comércio	MACAÚBAS	BA	-13.[illegible]	-41.[illegible]	2	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 360 x 362 px	Vídeos de 10"	24H Em 24H	30	06H AS 22H	120 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - PORTO SEGURO	Avenida Beira Mar - Centro	PORTO SEGURO	BA	-16.[illegible]	-39.[illegible]	2	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 360 x 362 px	Vídeos de 10"	24H Em 24H	30	06H AS 22H	120 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - Cidade Alta - 1	Praça Castelo, 30A 1005 - Centro (perto da pousada)	Cidade Alta	BA	-14.[illegible]	-41.[illegible]	2	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1620 x 1080 px	Vídeos de 10"	24H	30	07H AS 22H	300 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - BRUMADO - 2	Rua Deputado Carvalho - Na Praça Coronel José Leite - Centro	BRUMADO	BA	-14.[illegible]	-41.[illegible]	2	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1620 x 1080 px	Vídeos de 10"	24H	30	17:00 AS 22:00	90 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - TEIXEIRA DE FREITAS	Avenida Presidente Getúlio Vargas, 801 - Centro (Em frente ao Comércio da Av. São Paulo)	TEIXEIRA DE FREITAS	BA	-17.[illegible]	-39.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1620 x 720 px	Vídeos de 10"	24H	30	07H AS 22H	150 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - VITÓRIA DA CONQUISTA	Av. Antônio Carlos Magalhães (Em frente ao Terminal de Pedra do Reino)	VITÓRIA DA CONQUISTA	BA	-14.[illegible]	-40.[illegible]	2	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1620 x 1080 px	Vídeos de 10"	24H	30	06H AS 22H	90 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - RUA DO MUSEU	Av. Antônio Carlos Magalhães (Em frente ao Condomínio Ondina Apart)	RUA DO MUSEU	BA	-13.[illegible]	-38.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1620 x 1080 px	Vídeos de 10"	24H	30	07H AS 22H	70 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - ALDEIA	Praça 1 de Maio - Centro	ALDEIA	BA	-12.[illegible]	-38.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 720 x 480 px	Vídeos de 10"	24H	30	07H AS 22H	100 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - CAPÃO GRANDE	Av. Alan - Centro	CAPÃO GRANDE	BA	-12.[illegible]	-38.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 720 x 480 px	Vídeos de 10"	24H	15	07H AS 22H	100 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - MARÍA BONITA	Av. Antônio Carlos, 10 - Centro	MARÍA BONITA	BA	-14.[illegible]	-38.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1620 x 1080 px	Vídeos de 10"	24H Em 24H	30	06H AS 22H	100 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - ÔCHÔ	Praça Nossa Senhora, 10 - Centro	ÔCHÔ	BA	-14.[illegible]	-39.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1620 x 1080 px	Vídeos de 10"	24H	30	24H	100 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - VITÓRIA DA CONQUISTA - 1	Av. João Mangabeira - Próximo ao Shopping Conquista Sul	VITÓRIA DA CONQUISTA	BA	-14.[illegible]	-40.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 360 x 270 px	Vídeos de 10"	24H	30	06H AS 22H	100 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - VITÓRIA DA CONQUISTA - 2	Av. Antônio Carlos Magalhães (Em frente ao Centro Municipal Governador Renato Aragão)	VITÓRIA DA CONQUISTA	BA	-14.[illegible]	-40.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 360 x 270 px	Vídeos de 10"	24H	30	06H AS 22H	100 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - VITÓRIA DA CONQUISTA - 3	Av. Luís Eduardo Magalhães (Em frente ao Centro Municipal Governador Renato Aragão)	VITÓRIA DA CONQUISTA	BA	-14.[illegible]	-40.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 360 x 270 px	Vídeos de 10"	24H	30	06H AS 22H	100 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
	02	PAINEL DE LED - PETROLINA - 1	Saída do Rio São Francisco Petrolina - Av. Governador Antônio Carlos Magalhães (Ponte Nova)	PETROLINA	PE	-9.[illegible]	-40.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1080 x 600 px	Vídeos de 10"	24H Em 24H	30	06H AS 22H	120 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
		PAINEL DE LED - PETROLINA - 2	Avenida das Nações Unidas, Próximo ao Hotel Grande Rio.	PETROLINA	PE	-9.[illegible]	-40.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1080 x 720 px	Vídeos de 10"	24H Em 24H	30	07H AS 22H	90 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL
	03	PRAÇA DE LED - MACAU	Av. Estrada Geral, 100 - Centro do Macau (Em frente ao Supermercado Nova Macau) - Sentido Pau dos Ferros	MACAU	RN	-5.[illegible]	-36.[illegible]	1	PAINEL DE LED	1,20 x 1,920 / 1620 x 1080 px	Vídeos de 10"	24H Em 24H	30	07H AS 22H	150 INSERÇÕES DIARIAS (MÉDIA)	MENSAL QUINZENAL

Central de Mídia
SALVADOR

PAINEL DE LED

COBERTURA: SALVADOR/ LITORAL NORTE/BA

PAINEL DE LED
AV. ACM SENTIDO CENTRO
SALVADOR

LOCALIZAÇÃO:
AVENIDA ANTÔNIO CARLOS MAGALHÃES, COM A AV. TANCREDO NEVES (PERNAMBUÉS) S/N – EM FRENTE A ESTAÇÃO RODOVIÁRIA DE SALVADOR.

SENTIDO DO FLUXO: ITAIGARA / RIO VERMELHO / RÓTULA DO ABACAXI / AV BONOCÔ E CENTRO.

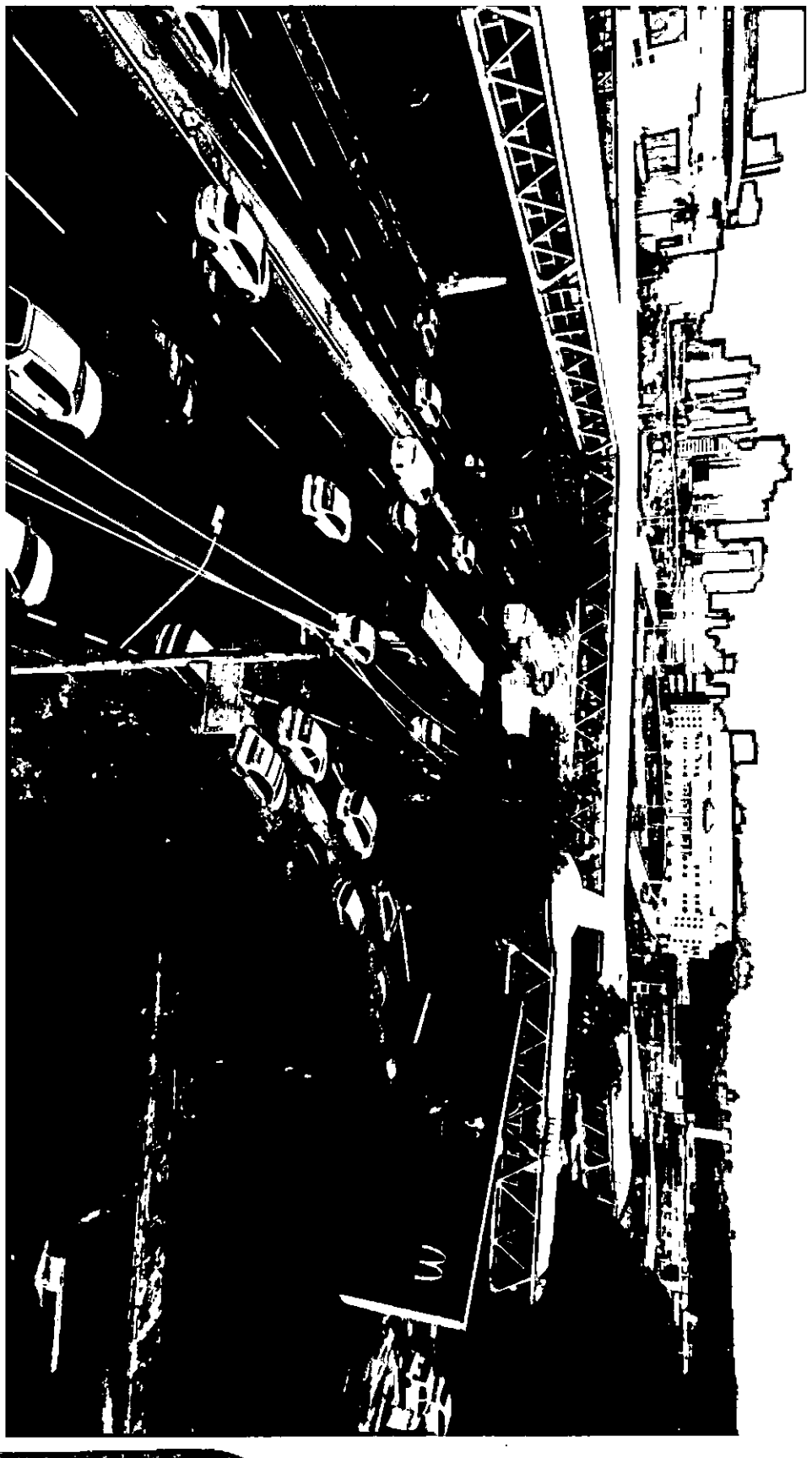
PÚBLICO-ALVO: A,B, C
FLUXO DE VEÍCULOS: 200 MIL CARROS/DIA (MÉDIA)

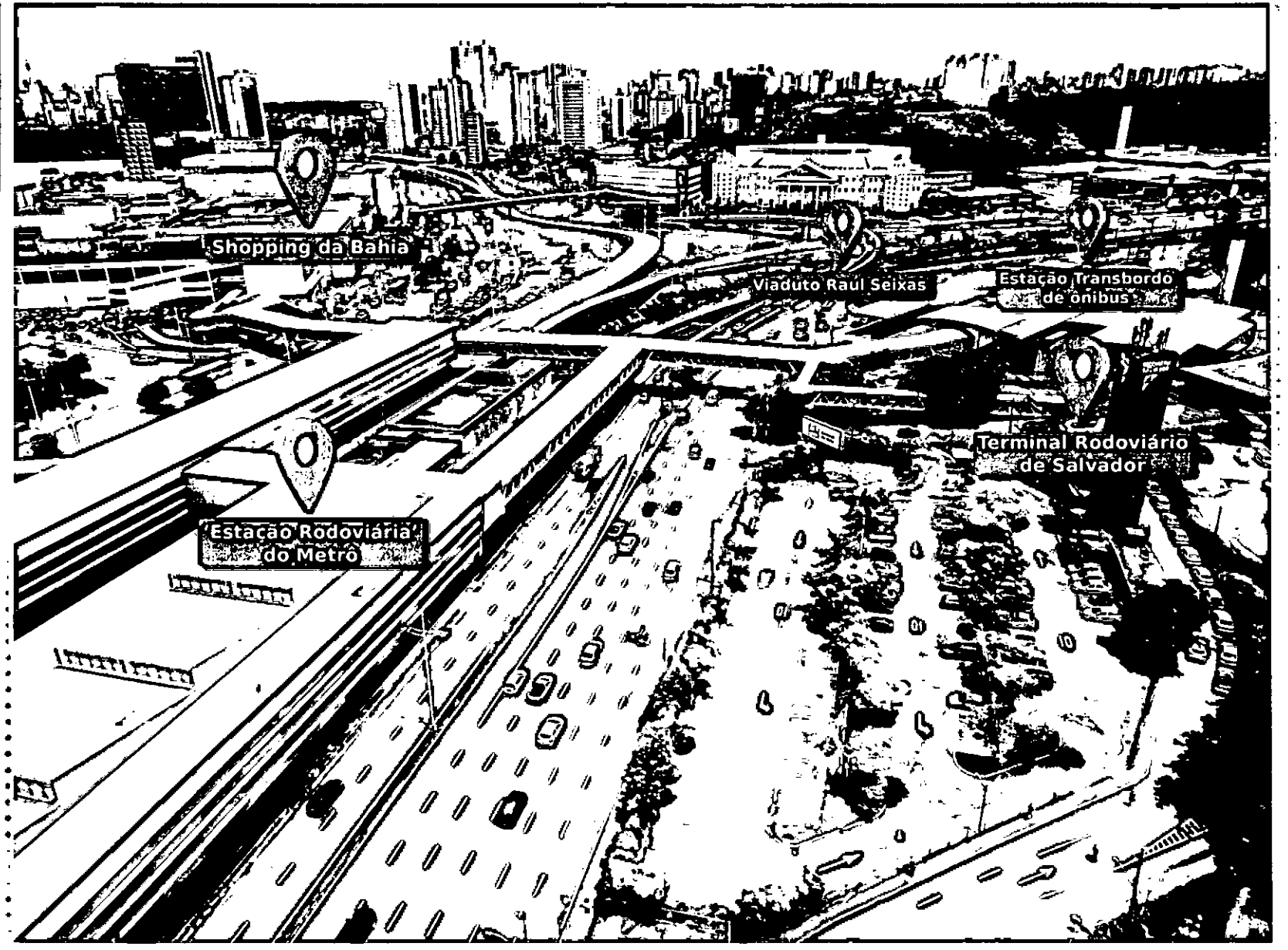
COORDENADAS:
LATITUDE: -12.9786974
LONGITUDE: -38.4642868,3

LINK GOOGLE MAPS:
HTTPS://GOO.GL/MAPS/XVA6HE8ERHTDS4JJ6

ESPECIFICAÇÕES:
360 INSERÇÕES/DIA
FUNCIONAMENTO DAS 6:00 ÀS 00:00H
FORMATO DO PAINEL: 9,00 X 3,00M

PRODUÇÃO DO VT:
10 SEGUNDOS
EXTENSÕES: MP4 OU AVI
RESOLUÇÃO 1800 X 600 PIXELS




Shopping da Bahia
Viaduto Raul Seixas
Estação Transbordo de ônibus
Terminal Rodoviário de Salvador
Estação Rodoviária do Metrô

PROPOSTA COMERCIAL

MÍDIA	VINHETA	VALOR MENSAL TABELA	VALOR QUINZENAL TABELA
PAINEL DE LED SALVADOR	10"	R$ 15.000,00	R$ 9.000,00

- CONFECÇÃO DE 01 VINHETA INCLUSA POR PAINEL.
- CONDIÇÃO DE PAGAMENTO: 30 DD.

PAINEL DE LED
ESTRADA DO CÔCO
LITORAL NORTE

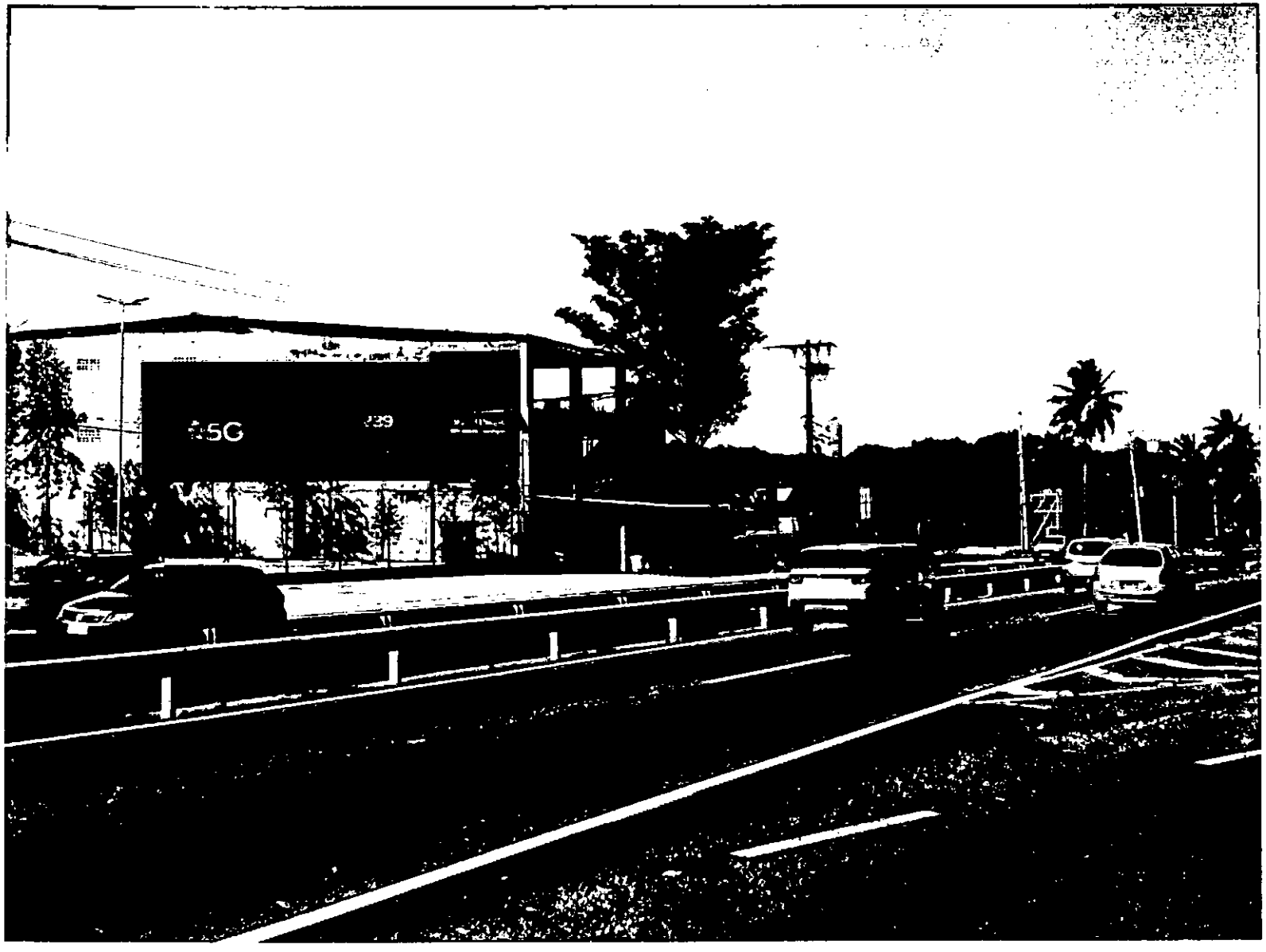
LOCALIZAÇÃO:
RODOVIA BA 099 ESTRADA DO CÔCO - LITORAL NORTE
EM FRENTE AO COLÉGIO VILLA GLOBAL EDUCATION
CATU DE ABRANTES - CAMAÇARI SENTIDO
OUTLET PREMIUM / PRAIA DO FORTE.

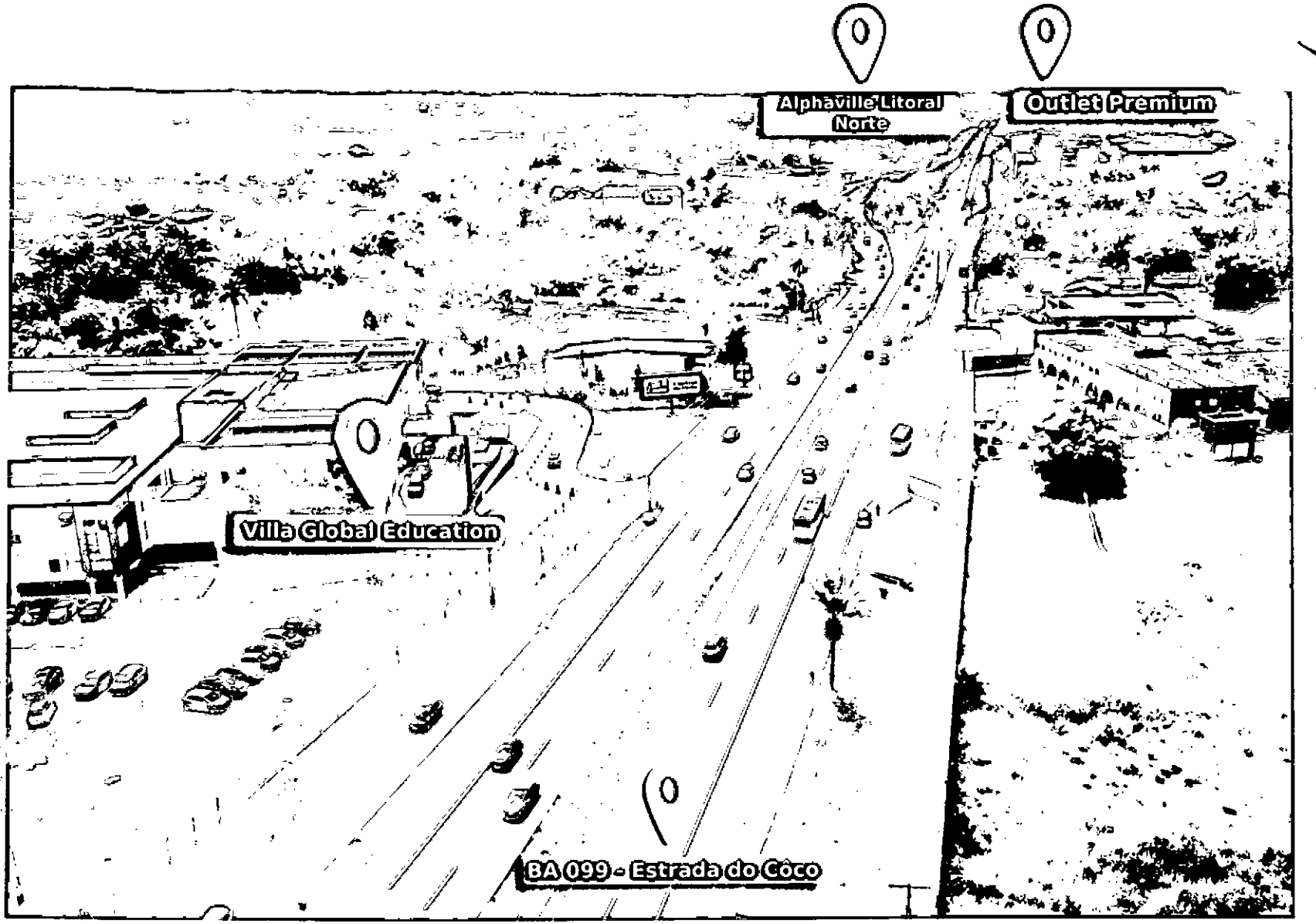
FLUXO MÉDIO: 50 MIL VEIÍCULOS/DIA
PÚBLICO: A,B,C
LOCALIZAÇÃO: 12°50'49,2"S 38°16'48,4"W

LINK GOOGLE MAPS:
HTTPS://GOO.GL/MAPS/Q2E3ZZXH82WVTNTW8

ESPECIFICAÇÕES:
360 INSERÇÕES/DIA
FUNCIONAMENTO DAS 6:00 ÀS 23:00H
FORMATO DO PAINEL: 9,60 X 3,00M

PRODUÇÃO DO VT:
10 SEGUNDOS
EXTENSÕES: MP4 OU AVI
RESOLUÇÃO 1800 X 600 PIXELS


5G


Alphaville Litoral Norte
Outlet Premium
Villa Global Education
BA 099 - Estrada do Côco

PROPOSTA COMERCIAL

MÍDIA	VINHETA	VALOR MENSAL TABELA	VALOR QUINZENAL TABELA
PAINEL DE LED LITORAL NORTE	10"	R$ 15.000,00	R$ 9.000,00

- CONFECÇÃO DE 01 VINHETA INCLUSA POR PAINEL.
- CONDIÇÃO DE PAGAMENTO: 30 DD.

Central de Mídia
SALVADOR

(71) 3271-3000
@centraldemidiasalvador
comercial@centraldemidiasalvador.com.br

Central de Mídia
SALVADOR

PAINEL DE LED

COBERTURA: BAHIA / PERNAMBUCO

MAPA DE COBERTURA

Bahia: Salvador, Lauro de Freitas, Litoral Norte, Camaçari, Feira de Santana , Alagoinhas, Cruz das Almas, Santo Antônio de Jesus, Jaguaquara, Livramento de Nossa Senhora, Jequié, Guanambi, Itabuna, Ilhéus, Eunápolis, Luis Eduardo Magalhães, Barreiras, Bom Jesus da Lapa, Irecê, Senhor do Bonfim, Juazeiro, Itaberaba, Ibotirama, Formosa do Rio Preto, Jacobina, Capim Grosso, Brumado, Riachão do Jacuípe, Paulo Afonso,Teixeira de Freitas, Ibicuí e Vitória da Conquista.

Pernambuco: Petrolina.

PROPOSTA COMERCIAL

MÍDIA	VINHETA	PERÍODO DE EXIBIÇÃO	VALOR UNITÁRIO TABELA
PAINEL DE LED INTERIOR BA.PE	10"	QUINZENAL	R$ 4.000,00
	10"	MENSAL	R$ 6.000,00

- CONFECÇÃO DE 01 VINHETA INCLUSA POR PAINEL.
- CONDIÇÃO DE PAGAMENTO: 30 DD.

TABELA DE PREÇO

PREÇO TABELADO

Veiculação Outdoor Simples (9x3m)	880,00
Veiculação Outdoor Duplo (18x3m)	1.760,00
Veiculação Outdoor Triplo (27x3m)	2.640,00
Veiculação Painel Especial (13x6m)	1.760,00

ALÚG PROPAGANDAS E MKT

Rua Tiburtino Peixoto, 104 Bairro São Paulo - Santo Antônio de Jesus/BA

Tel.:75 3631-4414 www.girlanoutdoor.com.br

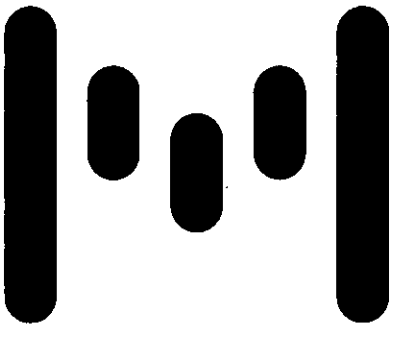
TABELA DE PREÇOS
OUTDOOR

OUTDOOR - PRAÇA SALVADOR VALOR POR BI-SEMANA			
ROTEIRO PLACAS	SIMPLES	DUPLA	TRIPLA
PREMIUM ILUMINADA	R$ 9.768,00	R$ 25.542,00	R$ 38.280,00
PREMIUM	R$ 6.512,00	R$ 17.028,00	R$ 25.520,00
STANDARD ILUMINADA	R$ 6.880,50	R$ 17.919,00	R$ 26.730,00
STANDARD	R$ 4.587,00	R$ 11.946,00	R$ 17.820,00

OUTDOOR - PRAÇAS: LAURO DE FREITAS - SIMÕES FILHO - CAMAÇARI VALOR POR BI-SEMANA	
ROTEIRO PLACAS	REGIÃO METROPOLITANA DE SALVADOR
VALORES (R$)/ CARTAZ SIMPLES	R$ 2.310,00

Av. Centenário, nº 2411, Condomínio Empresarial
Centenário, salas 405 a 407 - Salvador-BA.
www.impactooutdoor.com.br/impactooutdoor

impacto outdoor



METROPOLE

RADIO • JORNAL • WEB

TABELA AVULSA RÁDIO

PROGRAMA		HORÁRIO	15"	30"	45"	60"
Faixa Horária Rotativo **		06h às 17h	170,10	243,60	359,10	488,25
Determinado (fora dos jornais)		-	184,80	265,65	399,00	531,30
Seis em Ponto		06h às 07h	273,00	390,60	586,95	783,30
Bom Dia Metrópole		07h às 08h	273,00	390,60	586,95	783,30
Jornal da Bahia no Ar*		08h às 10h	389,55	556,50	834,75	1.114,05
Jornal da Metrópole no Ar		11h às 13h	216,30	310,80	466,20	621,60
Jornal da Cidade		17h às 19h	273,00	390,60	586,95	783,30
Indeterminado		-	106,05	152,25	229,95	306,60
Programas e Jornadas Esportivas		20h às 22h	361,20	391,65	-	-
Vinhetas e citações gravadas de 5"até 7" nos jornais e programas esportivos	80,00	-	-	-	-	-
Citações ao vivo de 5"até 7" nos jornais e programas esportivos	150,00	-	-	-	-	-
Citações 5"	60,00	-	-	-	-	-

Observações:

1. Jornal da Bahia no Ar retransmitido em cadeia para o interior do estado *
2. Não inclui os jornais de notícias **
3. Gravação de spot R$ 200,00
4. Citações não são comercializadas separadamente.

Condições Gerais:

1. Prazo de pagamento: sob consulta
2. Cancelamento: por escrito e com 30 dias de antecedência
3. Testemunhal, merchandising e infocomerciais - sob consulta

METROPOLE

RADIO • JORNAL • WEB

71 3505-5022
COMERCIAL@RADIOMETROPOLE.COM.BR

5

preços globo

Lista válida para compras realizadas em maio 2023

Preços válidos para maio 2023

Lista de preços válida para compras em maio 2023. A lista possui os programas previstos para os próximos quatro meses, podendo ocorrer mudanças de programação sem aviso prévio durante o ano.

Em caso de dúvida, consulte seu executivo comercial

Vigência da Lista de Preços

Os preços a serem faturados aos anunciantes correspondem àqueles descritos na tabela válida no momento da compra, respeitando os valores dos meses de exibição das mensagens publicitárias. Assim, os valores previstos nesta Lista de Preços serão faturados para os anunciantes quando se referirem às compras ocorridas exclusivamente dentro de seu período de vigência.

Caso a confirmação da compra ocorra após o término do período de vigência desta Lista de Preços, os valores a ser faturados corresponderão àqueles previstos na nova Lista de Preços, que sucederá a presente. Nesta hipótese, os valores serão automaticamente atualizados com base na nova Lista de Preços, mantidas inalteradas as demais condições originais de negociação.

Lista de preços válida para compras realizadas em maio 2023.

Observações:

Alguns dos programas que constam na lista terão exibição somente em períodos específicos, ou seja, não serão exibidos durante o ano todo.


tv aberta

nordeste

segunda a domingo

Código	programa	dias	horário	duração (minutos 15")	meses	PI Estado da	PI Interior	PI Pernambuco	PI Caruaru	PI Petrolina	AL Estado da	AL Interior	AL Maceió	AL Palmeira dos Índios	AL Arapiraca	AL Viçosa do Coruripe	AL Delmiro	AL Penedo	CE Estado do	CE Fortaleza	CE Juazeiro do Norte	Código
HORA	Hora Uno	Seg/Sex	04:00	0.5	mar	1[illegible]	326	845	204	125	2.499	1158	1261	319	280	248	126	163	1097	986	111	HORA
					jun	1.019	332	845	204	126	2.499	1158	1261	319	280	248	126	163	1.097	986	111	
					jul	1.019	332	845	204	126	2.499	1158	1261	319	280	248	126	163	1.097	986	111	
					ago	1.019	332	845	204	126	2.499	1158	1261	319	280	248	126	163	1.097	986	111	
BPRA	Bom Dia Praça	Seg/Sex	06:00	0.5	mar	4.056	662	3.254	524	278	5.999	2.022	3.897	586	417	453	278	218	2.812	2.465	347	BPRA
					jun	4.056	662	3.254	524	278	5.999	2.022	3.897	586	417	453	278	218	2.812	2.465	347	
					jul	4.056	662	3.254	524	278	5.999	2.022	3.897	586	417	453	278	218	2.812	2.465	347	
					ago	3.845	796	3.139	466	248	5.739	1.992	3.747	996	417	453	248	218	2.777	2.370	347	
HBRA	Bom Dia Brasil	Seg/Sex	06:30	0.5	mar	5.172	1.033	4.139	709	326	7.323	2.236	4.597	784	699	632	326	320	3.746	3.315	431	HBRA
					jun	5.172	1.033	4.139	709	326	7.323	2.236	4.597	784	699	632	326	320	3.746	3.315	431	
					jul	5.172	1.033	4.139	709	326	7.323	2.236	4.597	784	699	632	326	320	3.746	3.315	431	
					ago	5.172	1.033	4.139	709	326	7.323	2.236	4.597	784	699	632	326	320	3.746	3.315	431	
EHCT	Encontro	Seg/Sex	09:30	0.5	mar	3.[illegible]	937	2.[illegible]	673	284	5.656	2.347	3.308	715	557	517	284	256	2.215	1.977	238	EHCT
					jun	3.782	922	2.860	649	274	5.447	2.261	3.186	684	537	517	274	249	2.129	1.904	225	
					jul	3.782	922	2.860	649	274	5.447	2.261	3.186	684	537	517	274	249	2.129	1.904	225	
					ago	3.636	886	2.750	623	263	5.236	2.175	3.061	658	516	497	263	239	2.047	1.831	216	
MAVO	Mais Você	Seg/Sex	10:45	0.5	mar	3.447	1.053	2.394	246	137	6.525	2.930	3.626	777	679	773	137	129	3.013	2.775	325	MAVO
					jun	3.451	1.044	2.407	279	125	6.299	2.801	3.498	750	654	745	125	117	2.931	2.698	233	
					jul	3.115	1.006	2.109	253	111	6.067	2.678	3.269	722	630	718	111	105	2.823	2.521	302	
					ago	3.149	967	2.182	466	301	5.833	2.594	3.238	693	606	690	301	303	2.714	2.324	390	
PTV1	Praça TV 1ª Edição	Seg/Sáb	12:00	0.5	mar	6.729	1.520	4.899	1.137	798	11.213	5.601	4.951	1.570	1.164	1.374	798	775	4.946	4.417	529	PTV1
					jun	6.561	1.450	4.711	1.132	798	11.549	5.601	5.948	1.570	1.184	1.394	798	756	4.946	4.417	529	
					jul	6.477	1.465	4.712	1.045	775	11.240	5.294	5.946	1.454	1.096	1.297	798	715	4.776	4.247	529	
					ago	6.400	1.489	4.711	1.048	641	11.065	5.277	5.948	1.454	1.096	1.291	641	735	4.776	4.247	529	
GESP	Globo Esporte	Seg/Sáb	13:00	0.75	mar	8.292	1.602	6.691	1.954	548	12.556	4.966	7.528	1.435	981	1.266	548	712	6.470	5.632	838	GESP
					jun	8.295	1.602	6.691	1.054	548	12.508	4.920	7.588	1.451	981	1.198	548	712	6.470	5.632	838	
					jul	7.995	1.561	6.434	1.053	548	12.129	4.863	7.266	1.424	981	1.190	543	716	6.252	5.415	836	
					ago	7.995	1.561	6.434	1.053	548	12.129	4.863	7.266	1.424	981	1.198	548	712	6.253	5.415	838	
JNOJ	Jornal Hoje	Seg/Sáb	15:25	0.75	mar	6.695	1.573	5.122	973	600	12.062	5.207	6.855	1.415	1.047	1.247	600	737	6.595	5.867	728	JNOJ
					jun	6.438	1.513	4.925	936	577	11.599	5.103	6.496	1.645	1.007	1.199	577	675	6.338	5.637	701	
					jul	6.438	1.513	4.925	936	577	11.599	5.103	6.496	1.645	1.007	1.199	577	675	6.338	5.637	701	
					ago	6.438	1.513	4.925	936	577	11.599	5.103	6.496	1.645	1.007	1.199	577	675	6.338	5.637	701	
NISH	Novela da Terra - Edição Especial	Seg/Sex	16:40	0.5	mar	4.476	1.052	3.424	651	451	8.063	3.547	4.516	1.144	700	833	451	469	4.406	3.999	407	NISH
					jun	4.476	1.052	3.424	651	451	8.063	3.547	4.516	1.144	700	833	451	469	4.406	3.999	407	
					jul	4.155	1.094	3.061	617	417	8.186	3.689	4.497	1.190	725	866	417	438	4.502	4.006	506	
					ago	4.476	1.052	3.424	651	451	8.063	3.547	4.516	1.144	700	833	451	469	4.406	3.999	407	
TAPA	Sessão da Tarde	Seg/Sex	15:15	0.5	mar	4.417	833	3.584	515	318	5.646	2.290	3.356	577	497	503	318	318	2.564	2.341	223	TAPA
					jun	4.240	804	3.436	497	307	5.445	2.132	3.313	556	480	482	307	307	2.494	2.237	257	
					jul	4.115	775	3.328	470	295	5.241	2.052	3.191	536	462	464	295	295	2.402	2.174	228	
					ago	3.944	744	3.200	460	284	5.041	1.973	3.068	575	444	446	284	283	2.309	2.090	219	
VALE	Vale a Pena Ver de Novo	Seg/Sex	16:45	0.5	mar	7.175	1.236	5.840	845	441	10.439	3.419	6.960	1.039	835	758	441	414	6.419	5.875	544	VALE
					jun	6.136	1.266	4.842	845	441	10.439	3.419	6.960	1.039	835	758	441	414	6.419	5.875	544	
					jul	5.105	1.237	3.868	818	414	10.021	3.349	6.701	993	804	730	414	398	6.251	5.658	593	
					ago	7.525	1.190	6.336	782	406	9.665	3.221	6.444	995	773	702	406	385	5.942	5.410	532	
NISH	Novela I (Seg/Sex)	Seg/Sex	18:25	0.75	mar	15.[illegible]	2.428	14.242	1.572	835	22.[illegible]	8.424	15.092	2.183	1.904	1.991	835	1.007	10.070	8.913	1.157	NISH
					jun	15.435	2.248	13.187	1.475	773	21.495	7.521	13.974	2.019	1.848	1.849	773	952	9.334	8.253	1.071	
					jul	16.650	2.428	14.242	1.573	835	22.216	8.124	15.092	2.183	2.054	1.997	835	1.007	10.070	8.913	1.157	
					ago	15.435	2.248	13.187	1.475	773	21.495	7.521	13.974	2.019	1.848	1.849	773	952	9.334	8.253	1.071	
PTV2	Praça TV 2ª Edição (Seg/Sex)	Seg/Sex	19:40	0.75	mar	27.[illegible]	3.852	16.627	2.534	1.355	35.[illegible]	10.[illegible]	17.[illegible]	2.077	2.671	2.695	1.355	1.314	10.947	9.570	1.377	PTV2
					jun	30.027	3.852	16.175	2.534	1.388	37.405	10.895	16.730	2.877	2.671	2.695	1.318	1.314	10.545	9.221	1.324	
					jul	31.741	3.546	16.175	2.845	1.220	37.036	10.526	16.730	2.664	2.548	2.591	1.220	1.261	10.545	9.221	1.324	
					ago	29.741	3.546	16.175	2.845	1.220	37.036	10.306	16.730	2.664	2.548	2.591	1.220	1.261	10.545	9.221	1.324	
NISH	Novela II (Seg/Sex)	Seg/Sex	19:40	0.75	mar	15.[illegible]	2.791	12.739	1.841	950	23.434	8.497	16.937	2.191	2.001	1.967	950	1.248	12.637	11.095	1.542	NISH
					jun	16.530	2.791	13.739	1.841	950	25.434	8.497	16.937	2.191	2.001	1.967	950	1.248	12.637	11.095	1.542	
					jul	19.272	2.903	16.369	1.915	988	26.450	8.886	17.654	2.403	2.083	2.046	988	1.298	13.143	11.539	1.604	
					ago	16.530	2.791	13.739	1.841	950	25.434	8.497	16.937	2.191	2.001	1.967	950	1.248	12.637	11.095	1.542	
JNAC	Jornal Nacional (Seg/Sex)	Seg/Sex	20:30	0.75	mar	45.[illegible]	5.026	43.217	3.326	1.672	48.771	15.045	26.063	4.457	3.747	3.864	1.672	1.928	21.415	18.620	2.795	JNAC
					jun	39.227	4.870	32.357	3.260	1.698	42.110	15.087	27.027	4.292	3.608	3.721	1.630	1.956	20.629	18.173	2.506	
					jul	38.134	4.683	31.497	3.135	1.546	40.491	14.207	25.984	4.127	3.469	3.578	1.546	1.785	19.836	17.426	2.410	
					ago	36.380	4.683	31.497	3.135	1.546	40.491	14.907	25.984	4.127	3.469	3.578	1.546	1.785	19.836	17.426	2.410	
NZON	Novela III (Seg/Sex)	Seg/Sex	[illegible]:30	0.75	mar	37.[illegible]	4.660	32.[illegible]	2.[illegible]	1.607	41.432	15.229	29.221	4.114	3.729	3.875	1.607	1.854	22.933	19.499	3.434	NZON
					jun	36.517	4.437	32.030	2.843	1.624	42.917	14.466	28.151	3.981	3.391	3.684	1.624	1.786	21.314	18.777	2.537	
					jul	33.498	4.316	29.183	2.753	1.572	41.170	14.102	27.068	3.826	3.453	3.542	1.572	1.737	20.434	18.055	2.379	
					ago	35.478	4.135	31.163	2.753	1.563	41.170	14.102	27.068	3.826	3.453	3.541	1.563	1.737	20.434	18.055	2.379	
NZON	Novela IV (Seg)	Sex	21:30	0.75	mar	32.[illegible]	5.147	25.[illegible]	2.370	1.817	47.325	16.579	32.747	4.620	4.015	4.170	1.817	1.907	24.791	21.849	2.951	NZON
					jun	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
					jul	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
					ago	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
MINO	Minutos	Seg/Sex	23:35	0.5	mar	6.[illegible]	1.266	5.4[illegible]	833	431	10.972	3.595	6.430	996	813	915	431	446	4.745	4.118	627	MINO
					jun	6.783	1.266	5.497	855	431	10.025	3.595	6.430	996	813	915	431	446	4.745	4.118	627	
					jul	6.783	1.266	5.497	833	431	10.025	3.595	6.430	996	813	915	431	446	4.745	4.118	627	
					ago	6.783	1.266	5.497	855	431	10.025	3.595	6.430	996	813	915	431	446	4.745	4.118	627	
MINO	Minutos 2	Seg/Sex	23:35	0.5	mar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	MINO
					jun	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
					jul	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
					ago	10.241	1.776	8.463	1.220	558	15.435	5.246	10.187	1.515	1.239	1.294	558	662	7.539	6.589	950	
TELA	Tela Quente	Seg	23:15	0.75	mar	8.[illegible]	1.669	7.331	1.169	480	14.346	4.764	9.582	1.249	1.170	1.234	480	431	7.512	6.655	857	TELA
					jun	8.980	1.669	7.331	1.169	480	14.346	4.764	9.582	1.249	1.170	1.234	480	431	7.512	6.655	857	
					jul	8.980	1.669	7.331	1.169	480	14.346	4.764	9.582	1.249	1.170	1.234	480	431	7.512	6.655	857	
					ago	8.980	1.669	7.331	1.169	480	14.346	4.764	9.582	1.249	1.170	1.234	480	431	7.512	6.655	857	
SHOZ	Show da Segunda-feira	Seg	[illegible]	0.5	mar	10.[illegible]	1.776	8.[illegible]	1.220	558	15.435	5.246	10.187	1.515	1.239	1.294	558	662	7.539	6.589	950	SHOZ
					jun	10.741	1.776	8.963	1.220	558	15.435	5.246	10.187	1.515	1.239	1.294	558	662	7.539	6.589	950	
					jul	10.741	1.776	8.963	1.220	558	15.435	5.246	10.187	1.515	1.239	1.294	558	662	7.539	6.589	950	
					ago	10.741	1.776	8.963	1.220	558	15.435	5.246	10.187	1.515	1.239	1.294	558	662	7.539	6.589	950	
						PEI	PEI	PEI	CPR	PET	BAI	BAI	SAL	ITI	ITA	VOC	JUA	BAF	CEI	CEI	CEI	código

Preços em real, válidos para compras até 31/06/2003

Em branco há inexistência de estação. O preço é cobrado a um final de rede

nordeste

segunda a domingo

						PE Estado Rio	PE Interior	Portfólio TV Globo	Cenarios TV Ana Branca	Potencial TV Grande Rio	BA Estado Rio	BA Interior	Salvador TV Bahia	Feira de Santana TV Subaé	Itabuna TV Santa Cruz	Vitória da Conquista TV Sudoeste	Juazeiro TV São Francisco	Barreiras TV Oeste	CE Estado	Fortaleza TV Verdes Mares	Juazeiro do Norte TV Verdes Mares Cariri	
Sigla	programa	dias	horário	coeficiente 15"	meses	PEE	PEI	PEI	CRR	PET	BAE	BAI	SAL	FEI	ITA	VDC	JUA	BAP	CEE	CEI	CEI	Sigla
HOLI	Na Lente	Ter/Qui/Dom	22:45	0,35	mai	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	HOLI
					jun	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
					jul	10.547	1.729	8.818	1.107	542	15.294	5.039	10.255	1.395	1.199	1.259	542	644	7.385	6.481	904	
					ago	10.547	1.729	8.818	1.107	542	15.294	5.039	10.255	1.395	1.199	1.259	542	644	7.385	6.481	904	
HOLY	Cross Holiness	Ter	22:45	0,5	mai	10.741	1.778	8.963	1.220	558	15.435	5.248	10.187	1.515	1.219	1.294	558	662	7.539	6.589	950	HOLY
					jun	10.741	1.778	8.963	1.220	558	15.435	5.248	10.187	1.515	1.219	1.294	558	662	7.539	6.589	950	
					jul	10.741	1.778	8.963	1.220	558	15.435	5.248	10.187	1.515	1.219	1.294	558	662	7.539	6.589	950	
					ago	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
SHT1	Show de Terça-feira I	Ter		0,5	mai	10.741	1.778	8.963	1.220	558	15.435	5.248	10.187	1.515	1.219	1.294	558	662	7.539	6.589	950	SHT1
					jun	10.741	1.778	8.963	1.220	558	15.435	5.248	10.187	1.515	1.219	1.294	558	662	7.539	6.589	950	
					jul	10.741	1.778	8.963	1.220	558	15.435	5.248	10.187	1.515	1.219	1.294	558	662	7.539	6.589	950	
					ago	10.741	1.778	8.963	1.220	558	15.435	5.248	10.187	1.515	1.219	1.294	558	662	7.539	6.589	950	
TNO8	Show de Terça-feira II	Ter		0,5	mai	8.608	1.419	7.189	974	445	12.024	4.114	7.910	1.146	970	1.029	445	524	5.740	5.032	708	TNO8
					jun	8.608	1.419	7.189	974	445	12.024	4.114	7.910	1.146	970	1.029	445	524	5.740	5.032	708	
					jul	8.608	1.419	7.189	974	445	12.024	4.114	7.910	1.146	970	1.029	445	524	5.740	5.032	708	
					ago	8.608	1.419	7.189	974	445	12.024	4.114	7.910	1.146	970	1.029	445	524	5.740	5.032	708	
PROF	Profissão Repórter	Ter	23:30	0,5	mai	5.594	1.030	4.564	697	333	8.186	2.693	5.493	747	624	657	333	332	4.368	3.866	502	PROF
					jun	5.594	1.030	4.564	697	333	8.186	2.693	5.493	747	624	657	333	332	4.368	3.866	502	
					jul	5.594	1.030	4.564	697	333	8.186	2.693	5.493	747	624	657	333	332	4.368	3.866	502	
					ago	5.594	1.030	4.564	697	333	8.186	2.693	5.493	747	624	657	333	332	4.368	3.866	502	
FGG4	Futebol	Qua	21:20	0,75	mai	16.491	2.826	13.665	1.938	888	23.343	8.456	14.887	2.540	1.932	2.050	888	1.046	11.350	9.841	1.509	FGG4
					jun	16.491	2.826	13.665	1.938	888	23.343	8.456	14.887	2.540	1.932	2.050	888	1.046	11.350	9.841	1.509	
					jul	17.152	2.940	14.212	2.016	924	24.277	8.795	15.482	2.642	2.009	2.132	924	1.088	11.804	10.235	1.569	
					ago	16.491	2.826	13.665	1.938	888	23.343	8.456	14.887	2.540	1.932	2.050	888	1.046	11.350	9.841	1.509	
FLIB	Futebol Libertadores	Qua	21:20	0,75	mai	16.491	2.826	13.665	1.938	888	23.343	8.456	14.887	2.540	1.932	2.050	888	1.046	11.350	9.841	1.509	FLIB
					jun	16.491	2.826	13.665	1.938	888	23.343	8.456	14.887	2.540	1.932	2.050	888	1.046	11.350	9.841	1.509	
					jul	16.491	2.826	13.665	1.938	888	23.343	8.456	14.887	2.540	1.932	2.050	888	1.046	11.350	9.841	1.509	
					ago	16.491	2.826	13.665	1.938	888	23.343	8.456	14.887	2.540	1.932	2.050	888	1.046	11.350	9.841	1.509	
CINE	Cinema Especial	Qua		0,5	mai	10.199	1.873	8.326	1.328	545	16.297	5.410	10.887	1.418	1.329	1.401	545	717	8.511	7.558	973	CINE
					jun	10.199	1.873	8.326	1.328	545	16.297	5.410	10.887	1.418	1.329	1.401	545	717	8.511	7.558	973	
					jul	10.199	1.873	8.326	1.328	545	16.297	5.410	10.887	1.418	1.329	1.401	545	717	8.511	7.558	973	
					ago	10.199	1.873	8.326	1.328	545	16.297	5.410	10.887	1.418	1.329	1.401	545	717	8.511	7.558	973	
SHO4	Show de Quarta-feira II	Qua	23:15	0,5	mai	8.608	1.419	7.189	974	445	12.024	4.114	7.910	1.146	970	1.029	445	524	5.740	5.032	708	SHO4
					jun	8.608	1.419	7.189	974	445	12.024	4.114	7.910	1.146	970	1.029	445	524	5.740	5.032	708	
					jul	8.608	1.419	7.189	974	445	12.024	4.114	7.910	1.146	970	1.029	445	524	5.740	5.032	708	
					ago	8.608	1.419	7.189	974	445	12.024	4.114	7.910	1.146	970	1.029	445	524	5.740	5.032	708	
SHQ1	Show de Quinta-feira I	Qui	22:35	0,5	mai	10.741	1.778	8.963	1.220	558	15.435	5.248	10.187	1.515	1.219	1.294	558	662	7.539	6.589	950	SHQ1
					jun	10.741	1.778	8.963	1.220	558	15.435	5.248	10.187	1.515	1.219	1.294	558	662	7.539	6.589	950	
					jul	10.741	1.778	8.963	1.220	558	15.435	5.248	10.187	1.515	1.219	1.294	558	662	7.539	6.589	950	
					ago	10.741	1.778	8.963	1.220	558	15.435	5.248	10.187	1.515	1.219	1.294	558	662	7.539	6.589	950	
SHO5	Show de Quinta-feira II	Qui	00:05	0,5	mai	8.608	1.419	7.189	974	445	12.024	4.114	7.910	1.146	970	1.029	445	524	5.740	5.032	708	SHO5
					jun	8.608	1.419	7.189	974	445	12.024	4.114	7.910	1.146	970	1.029	445	524	5.740	5.032	708	
					jul	8.608	1.419	7.189	974	445	12.024	4.114	7.910	1.146	970	1.029	445	524	5.740	5.032	708	
					ago	8.608	1.419	7.189	974	445	12.024	4.114	7.910	1.146	970	1.029	445	524	5.740	5.032	708	
REPO	Globo Repórter	Sex	22:35	0,5	mai	12.069	2.025	10.044	1.423	602	19.632	5.971	13.661	1.487	1.515	1.509	602	858	10.013	8.929	1.084	REPO
					jun	12.069	2.025	10.044	1.423	602	19.632	5.971	13.661	1.487	1.515	1.509	602	858	10.013	8.929	1.084	
					jul	12.069	2.025	10.044	1.423	602	19.632	5.971	13.661	1.487	1.515	1.509	602	858	10.013	8.929	1.084	
					ago	12.069	2.025	10.044	1.423	602	19.632	5.971	13.661	1.487	1.515	1.509	602	858	10.013	8.929	1.084	
SSUP	Show de Sexta-feira II	Sex	23:35	0,5	mai	6.723	1.256	5.497	855	431	10.025	3.595	6.430	996	813	915	431	440	4.745	4.118	627	SSUP
					jun	6.783	1.286	5.497	855	431	10.025	3.595	6.430	996	813	915	431	440	4.745	4.118	627	
					jul	6.723	1.256	5.497	855	431	10.025	3.595	6.430	996	813	915	431	440	4.745	4.118	627	
					ago	6.783	1.286	5.497	855	431	10.025	3.595	6.430	996	813	915	431	440	4.745	4.118	627	
JGLO	Jornal do Globo	Seg/Sex	01:00	0,75	mai	2.718	568	2.150	408	160	4.569	1.430	3.139	357	321	376	160	216	2.189	1.980	209	JGLO
					jun	2.718	568	2.150	408	160	4.569	1.430	3.139	357	321	376	160	216	2.189	1.980	209	
					jul	2.718	568	2.150	408	160	4.569	1.430	3.139	357	321	376	160	216	2.189	1.980	209	
					ago	2.718	568	2.150	408	160	4.569	1.430	3.139	357	321	376	160	216	2.189	1.980	209	
BIAL	Conversa com Bial	Seg/Sex	01:30	0,5	mai	1.337	392	945	234	158	2.687	1.046	1.641	225	260	256	158	147	1.113	998	115	BIAL
					jun	1.337	392	945	234	158	2.687	1.046	1.641	225	260	256	158	147	1.113	998	115	
					jul	1.337	392	945	234	158	2.687	1.046	1.641	225	260	256	158	147	1.113	998	115	
					ago	1.337	392	945	234	158	2.687	1.046	1.641	225	260	256	158	147	1.113	998	115	
NOVP	Pabstão de Novela	Seg/Sáb	07:00	0,5	mai	962	159	803	109	50	1.342	459	883	128	108	115	50	58	641	562	79	NOVP
					jun	962	159	803	109	50	1.342	459	883	128	108	115	50	58	641	562	79	
					jul	962	159	803	109	50	1.342	459	883	128	108	115	50	58	641	562	79	
					ago	962	159	803	109	50	1.342	459	883	128	108	115	50	58	641	562	79	
CMAD	Comédia na Madrugada	Seg/Sex	02:45	0,5	mai	962	159	803	109	50	1.342	459	883	128	108	115	50	58	641	562	79	CMAD
					jun	962	159	803	109	50	1.342	459	883	128	108	115	50	58	641	562	79	
					jul	962	159	803	109	50	1.342	459	883	128	108	115	50	58	641	562	79	
					ago	962	159	803	109	50	1.342	459	883	128	108	115	50	58	641	562	79	
SOMB	Som Brasil	Seg/Dom	23:00	0,5	mai	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	SOMB
					jun	6.783	1.286	5.497	855	431	10.025	3.595	6.430	996	813	915	431	440	4.745	4.118	627	
					jul	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
					ago	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
						PEE	PEI	PEI	CRR	PET	BAE	BAI	SAL	FEI	ITA	VDC	JUA	BAP	CEE	CEI	CEI	Sigla

Preços em real, válidos para cenarios até 31/05/2023

(b) Não há veiculação Estado. O preço Estado é um referenciador

nordeste

sábado

					PE	PE	Recife	Caruaru	Petrolina	BA	BA	Salvador	Feira de Santana	Itabuna	Vitória da Conquista	Juazeiro	Barreiras	CE	Fortaleza	Juazeiro do Norte	
					Estado (b)	Interior	TV Globo	TV Asa Branca	TV Grande Rio	Estado (b)	Interior	TV Bahia	TV Subaé	TV Santa Cruz	TV Sudoeste	TV São Francisco	TV Oeste	Estado	TV Verdes Mares	TV Verdes Mares Cariri	
sigla	programa	horário	coeficiente 15"	meses	PEE	PE1	PE1	CRR	PET	BAE	BAI	SAL	FE1	ITA	VDC	JUA	BAR	CEE	CE1	CE2	sigla
GREP	Globo Repórter Reprise	06:00	0,5	mai	889	312	577	191	121	1.367	790	577	161	211	172	121	125	568	502	66	GREP
				jun	889	312	577	191	121	1.367	790	577	161	211	172	121	125	568	502	66	
				jul	889	312	577	191	121	1.367	790	577	161	211	172	121	125	568	502	66	
				ago	889	312	577	191	121	1.367	790	577	161	211	172	121	125	568	502	66	
CAS1	É de Casa	06:50	0,5	mai	3.015	741	2.274	519	222	4.135	1.848	2.287	557	439	436	222	194	1.875	1.692	183	CAS1
				jun	3.015	741	2.274	519	222	4.135	1.848	2.287	557	439	436	222	194	1.875	1.692	183	
				jul	3.015	741	2.274	519	222	4.135	1.848	2.287	557	439	436	222	194	1.875	1.692	183	
				ago	3.015	741	2.274	519	222	4.135	1.848	2.287	557	439	436	222	194	1.875	1.692	183	
CAS2	É de Casa	09:00	0,5	mai	3.368	828	2.540	580	248	4.620	2.064	2.556	622	490	487	248	217	2.094	1.890	204	CAS2
				jun	3.368	828	2.540	580	248	4.620	2.064	2.556	622	490	487	248	217	2.094	1.890	204	
				jul	3.368	828	2.540	580	248	4.620	2.064	2.556	622	490	487	248	217	2.094	1.890	204	
				ago	3.368	828	2.540	580	248	4.620	2.064	2.556	622	490	487	248	217	2.094	1.890	204	
CAS3	É de Casa	10:30	0,5	mai	4.058	998	3.060	699	299	5.565	2.487	3.078	749	591	587	299	261	2.524	2.278	246	CAS3
				jun	4.058	998	3.060	699	299	5.565	2.487	3.078	749	591	587	299	261	2.524	2.278	246	
				jul	4.058	998	3.060	699	299	5.565	2.487	3.078	749	591	587	299	261	2.524	2.278	246	
				ago	4.058	998	3.060	699	299	5.565	2.487	3.078	749	591	587	299	261	2.524	2.278	246	
SSAB	Sessão de Sábado	14:10	0,5	mai	4.714	1.129	3.585	801	328	7.116	2.845	4.271	800	703	677	328	337	4.407	3.998	409	SSAB
				jun	4.714	1.129	3.585	801	328	7.116	2.845	4.271	800	703	677	328	337	4.407	3.998	409	
				jul	4.714	1.129	3.585	801	328	7.116	2.845	4.271	800	703	677	328	337	4.407	3.998	409	
				ago	4.714	1.129	3.585	801	328	7.116	2.845	4.271	800	703	677	328	337	4.407	3.998	409	
FGGS	Futebol	16:00	0,75	mai	15.022	2.050	12.972	1.476	574	13.369	4.984	8.385	1.584	1.073	1.172	574	581	6.568	5.681	887	FGGS
				jun	15.022	2.050	12.972	1.476	574	13.369	4.984	8.385	1.584	1.073	1.172	574	581	6.568	5.681	887	
				jul	15.022	2.050	12.972	1.476	574	13.369	4.984	8.385	1.584	1.073	1.172	574	581	6.568	5.681	887	
				ago	15.022	2.050	12.972	1.476	574	13.369	4.984	8.385	1.584	1.073	1.172	574	581	6.568	5.681	887	
CALD	Caldeirão	16:45	0,75	mai	7.972	1.582	6.390	1.107	475	10.244	4.472	5.772	1.247	1.093	1.152	475	505	6.538	5.639	899	CALD
				jun	7.402	1.469	5.933	1.028	441	9.513	4.153	5.360	1.158	1.015	1.070	441	469	6.071	5.236	835	
				jul	7.686	1.525	6.161	1.067	458	9.878	4.312	5.566	1.202	1.054	1.111	458	487	6.305	5.438	867	
				ago	7.117	1.412	5.705	988	424	9.147	3.993	5.154	1.113	976	1.029	424	451	5.838	5.035	803	
N18S	Novela I (Sáb)	18:35	0,75	mai	14.073	1.799	12.274	1.180	619	16.181	5.857	10.324	1.615	1.455	1.410	619	758	7.459	6.602	857	N18S
				jun	14.073	1.799	12.274	1.180	619	16.181	5.857	10.324	1.615	1.455	1.410	619	758	7.459	6.602	857	
				jul	14.073	1.799	12.274	1.180	619	16.181	5.857	10.324	1.615	1.455	1.410	619	758	7.459	6.602	857	
				ago	14.073	1.799	12.274	1.180	619	16.181	5.857	10.324	1.615	1.455	1.410	619	758	7.459	6.602	857	
PT2S	Praça TV 2ª Edição (Sab)	19:20	0,75	mai	18.466	2.783	15.683	1.805	978	23.107	8.281	14.826	2.220	2.008	2.001	978	1.074	9.545	8.504	1.041	PT2S
				jun	18.466	2.783	15.683	1.805	978	23.107	8.281	14.826	2.220	2.008	2.001	978	1.074	9.545	8.504	1.041	
				jul	18.466	2.783	15.683	1.805	978	23.107	8.281	14.826	2.220	2.008	2.001	978	1.074	9.545	8.504	1.041	
				ago	18.466	2.783	15.683	1.805	978	23.107	8.281	14.826	2.220	2.008	2.001	978	1.074	9.545	8.504	1.041	
N19S	Novela II (Sáb)	19:45	0,75	mai	16.826	2.232	14.594	1.472	760	19.667	6.854	12.813	1.849	1.554	1.689	760	1.002	10.111	8.877	1.234	N19S
				jun	16.826	2.232	14.594	1.472	760	19.667	6.854	12.813	1.849	1.554	1.689	760	1.002	10.111	8.877	1.234	
				jul	16.826	2.232	14.594	1.472	760	19.667	6.854	12.813	1.849	1.554	1.689	760	1.002	10.111	8.877	1.234	
				ago	16.826	2.232	14.594	1.472	760	19.667	6.854	12.813	1.849	1.554	1.689	760	1.002	10.111	8.877	1.234	
JNAS	Jornal Nacional (Sáb)	20:30	0,75	mai	22.096	3.824	18.272	2.508	1.316	33.774	11.688	22.086	3.033	2.602	3.220	1.316	1.517	15.749	13.941	1.808	JNAS
				jun	22.096	3.824	18.272	2.508	1.316	33.774	11.688	22.086	3.033	2.602	3.220	1.316	1.517	15.749	13.941	1.808	
				jul	22.096	3.824	18.272	2.508	1.316	33.774	11.688	22.086	3.033	2.602	3.220	1.316	1.517	15.749	13.941	1.808	
				ago	22.096	3.824	18.272	2.508	1.316	33.774	11.688	22.086	3.033	2.602	3.220	1.316	1.517	15.749	13.941	1.808	
N20S	Novela III (Sáb)	21:25	0,75	mai	21.355	3.467	17.888	2.275	1.192	31.568	9.913	21.655	2.603	2.126	2.618	1.192	1.374	16.395	14.444	1.951	N20S
				jun	21.355	3.467	17.888	2.275	1.192	31.568	9.913	21.655	2.603	2.126	2.618	1.192	1.374	16.395	14.444	1.951	
				jul	21.355	3.467	17.888	2.275	1.192	31.568	9.913	21.655	2.603	2.126	2.618	1.192	1.374	16.395	14.444	1.951	
				ago	21.355	3.467	17.888	2.275	1.192	31.568	9.913	21.655	2.603	2.126	2.618	1.192	1.374	16.395	14.444	1.951	
ALTA	Altas Horas	22:30	0,75	mai	6.373	1.096	5.277	769	327	9.193	3.241	5.952	927	785	809	327	393	3.753	3.321	432	ALTA
				jun	6.136	1.055	5.081	740	315	8.852	3.121	5.731	892	756	779	315	379	3.614	3.198	416	
				jul	6.136	1.055	5.081	740	315	8.852	3.121	5.731	892	756	779	315	379	3.614	3.198	416	
				ago	5.901	1.015	4.886	712	303	8.512	3.001	5.511	858	727	749	303	364	3.475	3.075	400	
SUCI	Supercine	01:00	0,5	mai	2.114	623	1.491	391	232	4.015	1.787	2.228	421	448	454	232	232	1.346	1.176	170	SUCI
				jun	2.114	623	1.491	391	232	4.015	1.787	2.228	421	448	454	232	232	1.346	1.176	170	
				jul	2.114	623	1.491	391	232	4.015	1.787	2.228	421	448	454	232	232	1.346	1.176	170	
				ago	2.114	623	1.491	391	232	4.015	1.787	2.228	421	448	454	232	232	1.346	1.176	170	
					PEE	PE1	PE1	CRR	PET	BAE	BAI	SAL	FE1	ITA	VDC	JUA	BAR	CEE	CE1	CE2	sigla

Preços em real, válidos para compras até 31/05/2023.

(b) Não há veiculação Estado. O preço Estado é um facilitador.

nordeste

domingo

					PI	PE	Recife	Caruaru	Petrolina	BA	BA	Salvador	Feira de Santana	Itabuna	Vitória da Conquista	Juazeiro	Barreiras	CE	Fortaleza	Juazeiro do Norte	
					Estado (b)	Interior	TV Globo	TV Asa Branca	TV Grande Rio	Estado (b)	Interior	TV Bahia	TV Subaé	T/ Santa Cruz	TV Sudoeste	TV São Francisco	TV Oeste	Estado	TV Verdes Mares	TV Verdes Mares Cariri	
sigla	programa	horário	coeficiente 15"	meses	PEE	PEI	PE1	CRR	PET	BAE	BAI	SAL	FEI	ITA	VDC	JUA	BAR	CEE	CE1	CE7	sigla
GLCO	G Comunidade	06:50	0,5	mai	827	185	642	96	87	-		-		-					-		GLCO
				jun	827	185	642	96	89			-	-	-	-	-	-	-	-		
				jul	827	185	642	96	87										-		
				ago	827	185	642	96	89	-		-	-	-	-	-	-	-	-		
EMPR	Pequenas Empresas	07:20	0,5	mai	2.006	507	1.579	315	194	3.261	1.484	1.777	441	362	317	194	170	1.197	1.253	144	EMPR
				jun	2.006	488	1.518	301	187	3.136	1.427	1.709	424	348	305	187	163	1.343	1.205	138	
				jul	2.006	488	1.518	301	187	3.136	1.427	1.709	424	348	305	187	163	1.343	1.205	138	
				ago	2.006	488	1.518	301	187	3.136	1.427	1.709	424	348	305	187	163	1.343	1.205	138	
GRUD	Globo Rural	08:05	0,5	mai	3.790	1.071	2.719	535	536	6.414	3.922	2.492	988	878	908	536	612	2.292	2.039	253	GRUD
				jun	3.790	1.071	2.719	535	536	6.414	3.922	2.492	988	878	908	536	612	2.292	2.039	253	
				jul	3.790	1.071	2.719	535	536	6.414	3.922	2.492	988	878	908	536	612	2.292	2.039	253	
				ago	3.790	1.071	2.719	535	536	6.414	3.922	2.492	988	878	908	536	612	2.292	2.039	253	
AUTO	Autesporte	09:25	0,75	mai	6.056	1.474	4.582	973	461	8.743	4.202	4.541	1.290	678	993	481	570	4.547	3.941	606	AUTO
				jun	5.607	1.364	4.243	919	445	8.095	3.890	4.205	1.185	813	919	445	528	4.210	3.649	561	
				jul	5.607	1.364	4.243	919	445	8.095	3.890	4.205	1.185	813	919	445	528	4.210	3.649	561	
				ago	5.607	1.364	4.243	919	445	8.095	3.890	4.205	1.185	813	919	445	528	4.210	3.649	561	
ESPO	Esporte Espetacular	10:00	0,75	mai	7.100	1.657	5.643	1.109	548	9.874	4.358	5.516	1.300	914	1.059	548	537	5.896	5.088	808	ESPO
				jun	7.019	1.593	5.426	1.066	527	9.494	4.190	5.304	1.250	879	1.018	527	516	5.669	4.892	777	
				jul	7.019	1.657	5.643	1.109	548	9.874	4.358	5.516	1.300	914	1.059	548	537	5.896	5.088	808	
				ago	7.019	1.593	5.426	1.066	527	9.494	4.190	5.304	1.250	879	1.018	527	516	5.669	4.892	777	
BRAF	Futebol Brasileirão Feminino	10:30	0,75	mai																	BRAF
				jun	7.019	1.593	5.426	1.066	527	9.494	4.190	5.304	1.250	879	1.018	527	516	5.669	4.892	777	
				jul	7.019	1.593	5.426	1.066	527	9.494	4.190	5.304	1.250	879	1.018	527	516	5.669	4.892	777	
				ago	7.019	1.593	5.426	1.066	527	9.494	4.190	5.304	1.250	879	1.018	527	516	5.669	4.892	777	
TMAX	Temperatura Máxima	12:30	0,75	mai	7.665	1.243	6.422	859	384	9.055	3.535	5.520	983	796	987	384	385	5.860	5.160	700	TMAX
				jun	7.665	1.243	6.422	859	384	9.055	3.535	5.520	983	796	987	384	385	5.860	5.160	700	
				jul	7.665	1.243	6.422	859	384	9.055	3.535	5.520	983	796	987	384	385	5.860	5.160	700	
				ago	7.665	1.243	6.422	859	384	9.055	3.535	5.520	983	796	987	384	385	5.860	5.160	700	
VOIK	The Voice Kids	14:30	0,75	mai	8.265	1.324	6.941	915	409	9.468	3.755	5.713	1.178	824	946	409	398	5.754	5.019	735	VOIK
				jun	8.265	1.324	6.941	915	409	9.468	3.755	5.713	1.178	824	946	409	398	5.754	5.019	735	
				jul	8.265	1.324	6.941	915	409	9.468	3.755	5.713	1.178	824	946	409	398	5.754	5.019	735	
				ago	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
SHOV	Show de Domingo Vespertino	14:30	0,75	mai	8.075	1.243	6.832	859	384	9.189	3.669	5.520	1.117	796	987	384	385	5.860	5.160	700	SHOV
				jun	8.075	1.243	6.832	859	384	9.189	3.669	5.520	1.117	796	987	384	385	5.860	5.160	700	
				jul	8.075	1.243	6.832	859	384	9.189	3.669	5.520	1.117	796	987	384	385	5.860	5.160	700	
				ago	8.075	1.243	6.832	859	384	9.189	3.669	5.520	1.117	796	987	384	385	5.860	5.160	700	
FPAR	Família Peronse	14:30	0,75	mai																	FPAR
				jun	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
				jul	8.075	1.243	6.832	859	384	9.189	3.669	5.520	1.117	796	987	384	385	5.860	5.160	700	
				ago	8.075	1.243	6.832	859	384	9.189	3.669	5.520	1.117	796	987	384	385	5.860	5.160	700	
FGGO	Futebol	15:50	0,75	mai	14.742	2.631	12.111	1.811	870	21.169	7.834	13.335	2.520	1.706	1.864	870	924	10.444	9.034	1.410	FGGO
				jun	14.742	2.631	12.111	1.811	870	21.169	7.834	13.335	2.520	1.706	1.864	870	924	10.444	9.034	1.410	
				jul	14.742	2.631	12.111	1.811	870	21.169	7.834	13.335	2.520	1.706	1.864	870	924	10.444	9.034	1.410	
				ago	14.742	2.631	12.111	1.811	870	21.169	7.834	13.335	2.520	1.706	1.864	870	924	10.444	9.034	1.410	
CBIL	Campeões do Balheiroto	15:50	0,75	mai	8.075	1.243	6.832	859	384	9.055	3.535	5.520	983	796	987	384	385	5.860	5.160	700	CBIL
				jun	8.075	1.243	6.832	859	384	9.055	3.535	5.520	983	796	987	384	385	5.860	5.160	700	
				jul	8.075	1.243	6.832	859	384	9.055	3.535	5.520	983	796	987	384	385	5.860	5.160	700	
				ago	8.075	1.243	6.832	859	384	9.055	3.535	5.520	983	796	987	384	385	5.860	5.160	700	
DOMI	Domingão	18:05	0,75	mai	15.084	2.860	12.224	1.970	890	23.060	8.447	14.613	2.762	1.821	1.988	890	986	11.325	9.792	1.533	DOMI
				jun	14.007	2.656	11.351	1.829	827	21.413	7.844	13.569	2.565	1.691	1.846	827	915	10.517	9.093	1.424	
				jul	14.007	2.656	11.351	1.829	827	21.413	7.844	13.569	2.565	1.691	1.846	827	915	10.517	9.093	1.424	
				ago	13.468	2.554	10.914	1.759	795	20.589	7.542	13.047	2.466	1.626	1.775	795	880	10.112	8.743	1.369	
FANT	Fantástico	20:30	0,75	mai	17.857	3.767	14.090	2.458	1.309	34.243	11.825	22.418	3.414	2.739	2.839	1.309	1.524	17.381	15.286	2.095	FANT
				jun	17.857	3.767	14.090	2.458	1.309	34.243	11.825	22.418	3.414	2.739	2.839	1.309	1.524	17.381	15.286	2.095	
				jul	17.170	3.622	13.548	2.363	1.259	32.927	11.371	21.556	3.283	2.634	2.730	1.259	1.465	16.712	14.698	2.014	
				ago	17.170	3.622	13.548	2.363	1.259	32.927	11.371	21.556	3.283	2.634	2.730	1.259	1.465	16.712	14.698	2.014	
COLA	Vai que Cola	23:00	0,5	mai	3.720	822	2.898	559	263	6.886	2.129	4.757	622	497	491	263	256	3.193	2.874	319	COLA
				jun	3.720	822	2.898	559	263	6.886	2.129	4.757	622	497	491	263	256	3.193	2.874	319	
				jul	3.720	822	2.898	559	263	6.886	2.129	4.757	622	497	491	263	256	3.193	2.874	319	
				ago	3.720	822	2.898	559	263	6.886	2.129	4.757	622	497	491	263	256	3.193	2.874	319	
DOMA	Domingo Maior	23:25	0,5	mai	3.720	822	2.898	559	263	6.886	2.129	4.757	622	497	491	263	256	3.193	2.874	319	DOMA
				jun	3.720	822	2.898	559	263	6.886	2.129	4.757	622	497	491	263	256	3.193	2.874	319	
				jul	3.720	822	2.898	559	263	6.886	2.129	4.757	622	497	491	263	256	3.193	2.874	319	
				ago	3.720	822	2.898	559	263	6.886	2.129	4.757	622	497	491	263	256	3.193	2.874	319	
					PEE	PEI	PE1	CRR	PET	BAE	BAI	SAL	FEI	ITA	VDC	JUA	BAR	CEE	CE1	CE7	sigla

Preços em reais, válidos para compras até 31/05/2023.
(b) Não há veiculação Estado. O preço Estado é um facilitador

nordeste

segunda a domingo

sigla	programa	dias	horário	coeficiente 15'	meses	MAI	MAI	MAI	IMP	BAS	CDO	PIR	JP	CPG	PNE	NAT	NAZ	MAC	PII	TEP	FNO	SER	sigla
HORA	Hora Um	Seg/Sex	04:00	0.5	mai	5[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	324	196	126	581	434	147	334	371	290	81	357	HORA
					jun	552	308	259	110	60	131	324	196	126	581	434	147	334	371	290	81	357	
					jul	552	307	257	110	60	131	324	198	126	581	434	147	334	371	290	81	357	
					ago	552	305	251	110	60	134	324	198	126	581	434	147	334	371	290	81	357	
BPRA	Bom Dia Praça	Seg/Sex	06:00	0.5	mai	1236	424	812	251	63	251	1231	878	353	1707	1304	403	1296	912	799	113	1084	BPRA
					jun	1236	424	812	251	60	251	1231	878	353	1707	1304	403	1296	912	799	113	1084	
					jul	1236	424	812	251	63	251	1231	878	353	1707	1304	403	1200	912	799	113	1042	
					ago	1126	401	725	251	60	188	1137	784	353	1707	1304	403	1200	912	799	113	1042	
NBRA	Bom Dia Brasil	Seg/Sex	08:00	0.5	mai	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	866	436	[illegible]	[illegible]	[illegible]	1191	1003	878	181	1871	NBRA
					jun	1461	576	885	274	84	318	1252	833	419	1947	1500	437	1145	980	844	136	1261	
					jul	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	833	419	1947	1500	437	1145	980	844	136	1261	
					ago	1461	576	885	274	84	318	1252	833	419	1947	1500	437	1145	980	844	136	1261	
ENCT	Encontro	Seg/Sex	09:30	0.5	mai	[illegible]	[illegible]	84	254	80	[illegible]	[illegible]	721	375	[illegible]	1186	337	1059	823	687	111	941	ENCT
					jun	1314	504	810	244	77	183	1058	677	381	1611	1239	372	1059	789	661	128	906	
					jul	1314	[illegible]	810	244	77	183	1058	677	381	1611	1239	372	1059	789	661	128	906	
					ago	1266	495	779	235	74	176	1017	651	366	1549	1191	358	1018	759	634	123	871	
MAVO	Mais Você	Seg/Sex	10:45	0.5	mai	1418	548	1380	313	93	227	1214	743	446	1910	1470	440	1361	982	832	150	1052	MAVO
					jun	1418	577	1041	273	90	244	1370	721	449	1851	1422	429	1356	947	802	145	1214	
					jul	1558	[illegible]	1603	261	86	196	1128	695	413	1783	1370	413	1171	912	773	139	977	
					ago	1498	534	964	253	80	198	1064	668	416	1716	1317	399	1126	877	743	134	939	
PTV1	Praça TV 1ª Edição	Seg/Sáb	12:00	0.5	mai	3011	807	2204	466	106	235	2296	1518	778	3399	2456	782	2134	2163	1944	219	2275	PTV1
					jun	3011	807	2204	466	106	235	2296	1518	778	3297	2516	782	2134	2163	1944	219	2139	
					jul	2926	802	2115	446	106	235	2184	1406	778	3177	2395	782	1976	2019	1800	219	2139	
					ago	2926	802	2119	446	106	235	2184	1406	778	3197	2395	782	1976	2019	1800	219	2139	
GESP	Globo Esporte	Seg/Sáb	13:00	0.75	mai	3677	980	2699	574	97	309	2399	1513	886	3978	3086	893	2717	1728	1559	171	2612	GESP
					jun	3677	980	2699	574	97	309	2399	1513	886	3978	3086	893	2717	1728	1559	171	2612	
					jul	3479	980	2499	574	97	309	2287	1401	886	3859	2966	893	2532	1648	1487	171	2512	
					ago	3479	980	2499	574	97	309	2287	1401	886	3859	2966	893	2532	1648	1487	171	2512	
JHOJ	Jornal Hoje	Seg/Sáb	13:25	0.75	mai	3834	1056	2778	565	130	341	2433	1558	868	3825	2894	926	2399	2139	1980	199	2399	JHOJ
					jun	3686	1057	2649	543	127	347	2333	1498	835	3693	2783	890	2314	2095	1904	191	2311	
					jul	3686	1057	2649	543	127	347	2333	1498	835	3693	2783	890	2314	2095	1904	191	2311	
					ago	3686	1057	2649	543	127	347	2333	1498	835	3693	2783	890	2314	2095	1904	191	2311	
NISH	Novela de Sandy - Edição Especial	Seg/Sex	14:40	0.5	mai	2542	[illegible]	1865	367	86	232	1621	1041	580	2554	1975	579	1470	1457	1324	133	1537	NISH
					jun	2552	697	1855	327	88	232	1621	1041	580	2554	1935	619	1470	1457	1324	133	1537	
					jul	2654	775	1879	352	90	241	1686	1083	603	2656	2012	644	1529	1515	1377	138	1598	
					ago	2552	697	1855	327	88	232	1621	1041	580	2554	1935	619	1470	1457	1324	133	1537	
YAPA	Sessão da Tarde	Seg/Sex	15:15	0.5	mai	1337	462	875	277	74	176	866	567	299	1144	856	288	646	495	579	116	811	YAPA
					jun	1290	451	838	270	71	170	834	546	288	1105	825	278	623	470	558	112	782	
					jul	1242	434	806	202	69	163	804	526	278	1062	795	267	600	454	538	108	753	
					ago	1194	417	773	194	66	157	773	506	267	1021	764	257	577	437	517	104	724	
VALE	Vale a Pena Ver de Novo	Seg/Sex	16:45	0.5	mai	1896	662	1234	285	92	285	1721	1166	555	2196	1620	576	1363	1193	1194	199	1245	VALE
					jun	1896	662	1234	285	92	285	1721	1166	555	2196	1620	576	1363	1193	1194	199	1245	
					jul	1827	638	1189	275	88	275	1658	1123	535	2114	1560	554	1312	1141	1150	191	1194	
					ago	1756	613	1143	264	85	264	1594	1080	514	2033	1500	533	1262	1098	1106	184	1148	
NISH	Novela 1 (Seg/Sex)	Seg/Sex	18:15	0.75	mai	4141	1220	2894	632	159	459	3743	2394	1349	5344	3829	1495	2935	2680	2365	315	2912	NISH
					jun	3837	1157	2680	585	147	425	3446	2217	1269	4948	3573	1375	2718	2482	2190	292	2696	
					jul	4141	1220	2894	632	159	459	3743	2394	1349	5344	3859	1485	2935	2680	2365	315	2912	
					ago	3837	1157	2680	585	147	425	3446	2217	1269	4948	3573	1375	2718	2482	2190	292	2696	
PTV2	Praça TV 2ª Edição (Seg/Sex)	Seg/Sex	19:10	0.75	mai	5986	1596	4390	843	191	562	5993	3886	2075	7479	5644	1835	5241	4369	3863	406	5067	PTV2
					jun	5986	1596	4390	843	191	562	5881	3886	1995	7212	5427	1785	5241	4369	3863	406	5067	
					jul	5837	1556	4221	843	191	562	5993	3886	1995	7143	5427	1716	4853	3983	3577	406	4872	
					ago	5837	1556	4221	843	191	562	5993	3886	1995	7143	5427	1716	4853	3983	3577	406	4872	
NISH	Novela 2 (Seg/Sex)	Seg/Sex	19:40	0.75	mai	5762	1619	4143	854	216	569	4591	2999	1602	6499	5253	1446	4241	3242	2909	333	3793	NISH
					jun	5762	1619	4143	854	216	569	4591	2999	1602	6499	5253	1446	4241	3242	2909	333	3793	
					jul	5993	1684	4159	867	225	592	4775	3109	1666	6967	5463	1504	4411	3371	3025	346	3945	
					ago	5762	1619	4143	854	216	569	4591	2999	1602	6499	5253	1446	4241	3242	2909	333	3793	
JNAC	Jornal Nacional (Seg/Sex)	Seg/Sex	20:30	0.75	mai	12034	3771	7313	1439	320	1014	8027	5729	2868	10929	8151	2778	6744	6090	5546	544	7014	JNAC
					jun	9715	2669	7042	1384	308	977	7778	5016	2762	10534	7878	2656	6494	5865	5322	543	6754	
					jul	9337	2566	6771	1331	296	939	7479	4823	2656	10129	7575	2554	6244	5639	5117	522	6494	
					ago	9337	2566	6771	1331	296	939	7479	4823	2656	10129	7575	2554	6244	5639	5117	522	6494	
NJOH	Novela 3 (Seg/Sex)	Seg/Sex	21:00	0.75	mai	9812	2712	7195	1337	333	1043	6682	4048	2634	12452	9910	2552	6250	6058	5730	558	6454	NJOH
					jun	9425	2612	6847	1288	320	1005	6435	3898	2537	10095	7819	2456	6048	6058	5518	538	6215	
					jul	9095	2512	6579	1238	308	966	6187	3748	2439	9687	7324	2363	5815	5823	5306	517	5976	
					ago	9095	2512	6579	1238	308	966	6187	3748	2439	9687	7324	2363	5815	5823	5306	517	5976	
NJOH	Novela 3 (Fim)	Sex	21:30	0.75	mai	10[illegible]	2900	7[illegible]	1428	329	1121	7185	4324	2951	11318	8829	2489	7034	6773	6171	602	7276	NJOH
					jun	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
					jul	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
					ago	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
MINI	Minisérie	Seg/Sex	23:15	0.5	mai	2[illegible]	645	1705	335	81	232	1437	907	500	2214	1669	545	1246	1093	935	158	1121	MINI
					jun	2353	645	1705	335	81	232	1437	907	500	2214	1669	545	1246	1093	935	158	1121	
					jul	2353	645	1705	335	81	232	1437	907	500	2214	1669	545	1246	1093	935	158	1121	
					ago	2353	645	1705	335	81	232	1437	907	500	2214	1669	545	1246	1093	935	158	1121	
MINS	Minisérie 2	Seg/Sex	23:35	0.5	mai	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	MINS
					jun	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
					jul	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
					ago	2364	899	2365	468	114	317	2543	1647	896	3677	2780	897	2180	2068	1849	219	2234	
TELA	Tela Quente	Seg	23:15	0.75	mai	2499	779	1770	445	97	237	1935	1078	857	3409	2649	760	1773	1823	1624	199	1902	TELA
					jun	2499	779	1770	445	97	237	1935	1078	857	3409	2649	760	1773	1823	1624	199	1902	
					jul	2499	779	1770	445	97	237	1935	1078	857	3409	2649	760	1773	1823	1624	199	1902	
					ago	2499	779	1770	445	97	237	1935	1078	857	3409	2649	760	1773	1823	1624	199	1902	
SHOJ	Show do Jô - Segunda-Feira	Seg	-	0.5	mai	3264	899	2365	468	114	317	2543	1647	896	3677	2780	897	2180	2068	1849	219	2234	SHOJ
					jun	3264	899	2365	468	114	317	2543	1647	896	3677	2780	897	2180	2068	1849	219	2234	
					jul	3264	899	2365	468	114	317	2543	1647	896	3677	2780	897	2180	2068	1849	219	2234	
					ago	3264	899	2365	468	114	317	2543	1647	896	3677	2780	897	2180	2068	1849	219	2234	
						MAI	MAI	MAI	IMP	BAS	CDO	PIR	JP	CPG	PNE	NAT	NAZ	MAC	PII	TEP	FNO	SER	sigla

Preços em vent. médios para compras em 21/01/2025
(b) Não ha exibição do Estado. O preço é estado e não fornecedor

nordeste

segunda a domingo

sigla	programa	dias	horário	coeficiente 15"	meses	MA Estado Bel	MA Interior	São Luís TV Mirante São Luís	Imperatriz TV Mirante Imperatriz	Balsas TV Mirante Balsas	Caxias TV Mirante Caxias	PB Estado João Pessoa	João Pessoa TV Cabo Branco	Campina Grande TV Paraíba	RN Estado	Natal Inter TV Cabugi	Mossoró Inter TV Cabo Branco	Alagoas TV Gazeta de Alagoas	PI Estado Bel	Teresina TV Clube	Floriano TV Mirante de Bel	Sergipe TV Sergipe	sigla
						MAE	MAI	MAS	IMP	BAS	CDO	PBE	JP	CPG	RNE	NAT	NAZ	MAC	PIE	TER	FNO	SER	
NOLI	Na Linha	Ter/Qui/Dom	22:45	0,75	mai	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	NOLI
					jun	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
					jul	3.186	859	2.327	459	101	308	2.561	1.680	881	3.481	2.628	853	2.145	1.973	1.778	197	2.149	
					ago	3.186	859	2.327	459	101	308	2.561	1.680	881	3.481	2.628	853	2.145	1.975	1.778	197	2.149	
HOLY	Coronel Ludy	Ter	22:45	0,5	mai	3.264	899	2.365	468	114	317	2.543	1.647	896	3.677	2.780	897	2.180	2.068	1.849	219	2.234	HOLY
					jun	3.264	899	2.365	468	114	317	2.543	1.647	896	3.677	2.780	897	2.180	2.068	1.849	219	2.234	
					jul	3.264	899	2.365	468	114	317	2.543	1.647	896	3.677	2.780	897	2.180	2.068	1.849	219	2.234	
					ago	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
SHT1	Show de Terça-feira I	Ter		0,5	mai	3.264	899	2.365	468	114	317	2.543	1.647	896	3.677	2.780	897	2.180	2.068	1.849	219	2.234	SHT1
					jun	3.264	899	2.365	468	114	317	2.543	1.647	896	3.677	2.780	897	2.180	2.068	1.849	219	2.234	
					jul	3.264	899	2.365	468	114	317	2.543	1.647	896	3.677	2.780	897	2.180	2.068	1.849	219	2.234	
					ago	3.264	899	2.365	468	114	317	2.543	1.647	896	3.677	2.780	897	2.180	2.068	1.849	219	2.234	
TH08	Show de Terça-feira II	Ter	-	0,5	mai	2.485	696	1.789	369	84	243	1.840	1.193	647	2.643	1.994	649	1.552	1.466	1.302	164	1.572	TH08
					jun	2.485	696	1.789	369	84	243	1.840	1.193	647	2.643	1.994	649	1.552	1.466	1.302	164	1.572	
					jul	2.485	696	1.789	369	84	243	1.840	1.193	647	2.643	1.994	649	1.552	1.466	1.302	164	1.572	
					ago	2.485	696	1.789	369	84	243	1.840	1.193	647	2.643	1.994	649	1.552	1.466	1.302	164	1.572	
PROF	Profissão Repórter	Ter	23:50	0,5	mai	1.973	530	1.443	258	80	192	1.139	724	415	1.892	1.405	487	1.153	951	846	105	1.155	PROF
					jun	1.973	530	1.443	258	80	192	1.139	724	415	1.892	1.405	487	1.153	951	846	105	1.155	
					jul	1.973	530	1.443	258	80	192	1.139	724	415	1.892	1.405	487	1.153	951	846	105	1.155	
					ago	1.973	530	1.443	258	80	192	1.139	724	415	1.892	1.405	487	1.153	951	846	105	1.155	
FGG4	Futebol	Qua	21:20	0,75	mai	5.020	1.394	3.626	747	177	470	3.786	2.375	1.411	5.729	4.302	1.427	3.493	3.315	3.002	313	3.655	FGG4
					jun	5.020	1.394	3.626	747	177	470	3.786	2.375	1.411	5.729	4.302	1.427	3.493	3.315	3.002	313	3.655	
					jul	5.221	1.450	3.771	777	184	489	3.937	2.470	1.467	5.958	4.474	1.484	3.633	3.448	3.122	326	3.801	
					ago	5.020	1.394	3.626	747	177	470	3.786	2.375	1.411	5.729	4.302	1.427	3.493	3.315	3.002	313	3.655	
FLIB	Futebol Libertadores	Qua	21:20	0,75	mai	5.020	1.394	3.626	747	177	470	3.786	2.375	1.411	5.729	4.302	1.427	3.493	3.315	3.002	313	3.655	FLIB
					jun	5.020	1.394	3.626	747	177	470	3.786	2.375	1.411	5.729	4.302	1.427	3.493	3.315	3.002	313	3.655	
					jul	5.020	1.394	3.626	747	177	470	3.786	2.375	1.411	5.729	4.302	1.427	3.493	3.315	3.002	313	3.655	
					ago	5.020	1.394	3.626	747	177	470	3.786	2.375	1.411	5.729	4.302	1.427	3.493	3.315	3.002	313	3.655	
CINE	Cinema Especial	Qua	-	0,5	mai	2.837	884	1.953	505	110	269	2.197	1.224	973	3.512	2.649	863	2.013	1.850	1.624	226	1.902	CINE
					jun	2.837	884	1.953	505	110	269	2.197	1.224	973	3.512	2.649	863	2.013	1.850	1.624	226	1.902	
					jul	2.837	884	1.953	505	110	269	2.197	1.224	973	3.512	2.649	863	2.013	1.850	1.624	226	1.902	
					ago	2.837	884	1.953	505	110	269	2.197	1.224	973	3.512	2.649	863	2.013	1.850	1.624	226	1.902	
SHO4	Show de Quarta-feira II	Qua	23:15	0,5	mai	2.485	696	1.789	369	84	243	1.840	1.193	647	2.643	1.994	649	1.552	1.466	1.302	164	1.572	SHO4
					jun	2.485	696	1.789	369	84	243	1.840	1.193	647	2.643	1.994	649	1.552	1.466	1.302	164	1.572	
					jul	2.485	696	1.789	369	84	243	1.840	1.193	647	2.643	1.994	649	1.552	1.466	1.302	164	1.572	
					ago	2.485	696	1.789	369	84	243	1.840	1.193	647	2.643	1.994	649	1.552	1.466	1.302	164	1.572	
SHQ1	Show de Quinta-feira I	Qui	22:15	0,5	mai	3.264	899	2.365	468	114	317	2.543	1.647	896	3.677	2.780	897	2.180	2.068	1.849	219	2.234	SHQ1
					jun	3.264	899	2.365	468	114	317	2.543	1.647	896	3.677	2.780	897	2.180	2.068	1.849	219	2.234	
					jul	3.264	899	2.365	468	114	317	2.543	1.647	896	3.677	2.780	897	2.180	2.068	1.849	219	2.234	
					ago	3.264	899	2.365	468	114	317	2.543	1.647	896	3.677	2.780	897	2.180	2.068	1.849	219	2.234	
SHQ5	Show de Quinta-feira II	Qui	00:05	0,5	mai	2.485	696	1.789	369	84	243	1.840	1.193	647	2.643	1.994	649	1.552	1.466	1.302	164	1.572	SHQ5
					jun	2.485	696	1.789	369	84	243	1.840	1.193	647	2.643	1.994	649	1.552	1.466	1.302	164	1.572	
					jul	2.485	696	1.789	369	84	243	1.840	1.193	647	2.643	1.994	649	1.552	1.466	1.302	164	1.572	
					ago	2.485	696	1.789	369	84	243	1.840	1.193	647	2.643	1.994	649	1.552	1.466	1.302	164	1.572	
REPO	Globo Repórter	Sex	22:35	0,5	mai	3.615	1.136	2.479	631	153	352	2.902	1.675	1.227	5.100	3.855	1.245	2.941	2.637	2.369	268	2.863	REPO
					jun	3.615	1.136	2.479	631	153	352	2.902	1.675	1.227	5.100	3.855	1.245	2.941	2.637	2.369	268	2.863	
					jul	3.615	1.136	2.479	631	153	352	2.902	1.675	1.227	5.100	3.855	1.245	2.941	2.637	2.369	268	2.863	
					ago	3.615	1.136	2.479	631	153	352	2.902	1.675	1.227	5.100	3.855	1.245	2.941	2.637	2.369	268	2.863	
SSUP	Show de Sexta-feira II	Sex	23:35	0,5	mai	2.353	648	1.705	335	81	232	1.407	907	500	2.214	1.669	545	1.246	1.093	935	158	1.121	SSUP
					jun	2.353	648	1.705	335	81	232	1.407	907	500	2.214	1.669	545	1.246	1.093	935	158	1.121	
					jul	2.353	648	1.705	335	81	232	1.407	907	500	2.214	1.669	545	1.246	1.093	935	158	1.121	
					ago	2.353	648	1.705	335	81	232	1.407	907	500	2.214	1.669	545	1.246	1.093	935	158	1.121	
JGLO	Jornal do Globo	Seg/Sex	01:00	0,75	mai	928	315	613	136	75	104	521	323	198	904	677	227	929	580	469	111	575	JGLO
					jun	928	315	613	136	75	104	521	323	198	904	677	227	929	580	469	111	575	
					jul	928	315	613	136	75	104	521	323	198	904	677	227	929	580	469	111	575	
					ago	928	315	613	136	75	104	521	323	198	904	677	227	929	580	469	111	575	
BIAL	Conversa com Bial	Seg/Sex	01:30	0,5	mai	648	233	415	79	45	109	366	219	147	584	441	143	740	325	273	52	392	BIAL
					jun	648	233	415	79	45	109	366	219	147	584	441	143	740	325	273	52	392	
					jul	648	233	415	79	45	109	366	219	147	584	441	143	740	325	273	52	392	
					ago	648	233	415	79	45	109	366	219	147	584	441	143	740	325	273	52	392	
HOVR	Relatório de Novela	Seg/Sáb	02:00	0,5	mai	292	92	200	41	24	27	205	133	72	-	223	-	173	173	145	28	175	HOVR
					jun	292	92	200	41	24	27	205	133	72	-	223	-	173	173	145	28	175	
					jul	292	92	200	41	24	27	205	133	72	-	223	-	173	173	145	28	175	
					ago	292	92	200	41	24	27	205	133	72	-	223	-	173	173	145	28	175	
CMAD	Comédia na Madrugada	Seg/Sex	02:45	0,5	mai	292	92	200	41	24	27	205	133	72	-	223	-	173	173	145	28	175	CMAD
					jun	292	92	200	41	24	27	205	133	72	-	223	-	173	173	145	28	175	
					jul	292	92	200	41	24	27	205	133	72	-	223	-	173	173	145	28	175	
					ago	292	92	200	41	24	27	205	133	72	-	223	-	173	173	145	28	175	
SOMB	Som Brasil	Seg/Dom	23:00	0,5	mai	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	SOMB
					jun	2.353	648	1.705	335	81	232	1.407	907	500	2.214	1.669	545	1.246	1.093	935	158	1.121	
					jul	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
					ago	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
						MAE	MAI	MAS	IMP	BAS	CDO	PBE	JP	CPG	RNE	NAT	NAZ	MAC	PIE	TER	FNO	SER	sigla

Preços em reais, válidos para compras até 31/05/2023

(b) Não há veiculação Estado. O preço Estado é um facilitador

nordeste

sábado

					MA	MA	São Luís	Imperatriz	Balsas	Caxias	PB	João Pessoa	Campina Grande	RN	Natal	Mossoró	Alagoas	PI	Teresina	Floriano	Sergipe	
					Estado (b)	interior	TV Mirante São Luís	TV Mirante Imperatriz	TV Mirante Balsas	TV Mirante Caxias	Estado (b)	TV Cabo Branco	TV Paraíba	Estado	Inter TV Cabugi	Inter TV Costa Branca	TV Gazeta de Alagoas	Estado (b)	TV Clube	TV Alvorada do Sul	TV Sergipe	
sigla	programa	horário	coeficiente 15"	meses	MAE	MAI	MA1	IMP	BAS	CDO	PBE	JP	CPG	RNE	NAT	NA2	MAC	PIE	TER	FNO	SER	sigla
GREP	Globo Repórter Reprise	06:00	0,5	mai	538	272	266	98	42	132	334	178	156	386	282	104	258	264	193	71	205	GREP
				jun	538	272	266	98	42	132	334	178	156	386	282	104	258	264	193	71	205	
				jul	538	272	266	98	42	132	334	178	156	386	282	104	258	264	193	71	205	
				ago	538	272	266	98	42	132	334	178	156	386	282	104	258	264	193	71	205	
CAS1	É de Casa	06:50	0,5	mai	1.076	414	662	199	63	152	895	555	340	1.179	906	273	873	648	545	103	743	CAS1
				jun	1.076	414	662	199	63	152	895	555	340	1.179	906	273	873	648	545	103	743	
				jul	1.076	414	662	199	63	152	895	555	340	1.179	906	273	873	648	545	103	743	
				ago	1.076	414	662	199	63	152	895	555	340	1.179	906	273	873	648	545	103	743	
CAS2	É de Casa	09:00	0,5	mai	1.201	462	739	222	70	170	1.000	620	380	1.318	1.013	305	976	724	609	115	830	CAS2
				jun	1.201	462	739	222	70	170	1.000	620	380	1.318	1.013	305	976	724	609	115	830	
				jul	1.201	462	739	222	70	170	1.000	620	380	1.318	1.013	305	976	724	609	115	830	
				ago	1.201	462	739	222	70	170	1.000	620	380	1.318	1.013	305	976	724	609	115	830	
CAS3	É de Casa	10:30	0,5	mai	1.447	557	890	268	84	205	1.204	747	457	1.587	1.220	367	1.175	872	733	139	1.000	CAS3
				jun	1.447	557	890	268	84	205	1.204	747	457	1.587	1.220	367	1.175	872	733	139	1.000	
				jul	1.447	557	890	268	84	205	1.204	747	457	1.587	1.220	367	1.175	872	733	139	1.000	
				ago	1.447	557	890	268	84	205	1.204	747	457	1.587	1.220	367	1.175	872	733	139	1.000	
SSAB	Sessão de Sábado	14:10	0,5	mai	1.515	450	1.065	209	69	172	1.006	651	355	1.819	1.382	437	1.015	1.083	937	146	1.031	SSAB
				jun	1.515	450	1.065	209	69	172	1.006	651	355	1.819	1.382	437	1.015	1.083	937	146	1.031	
				jul	1.515	450	1.065	209	69	172	1.006	651	355	1.819	1.382	437	1.015	1.083	937	146	1.031	
				ago	1.515	450	1.065	209	69	172	1.006	651	355	1.819	1.382	437	1.015	1.083	937	146	1.031	
FGGS	Futebol	16:00	0,75	mai	3.097	846	2.251	473	102	271	2.318	1.446	872	3.538	2.657	881	2.201	2.088	1.897	191	2.292	FGGS
				jun	3.097	846	2.251	473	102	271	2.318	1.446	872	3.538	2.657	881	2.201	2.088	1.897	191	2.292	
				jul	3.097	846	2.251	473	102	271	2.318	1.446	872	3.538	2.657	881	2.201	2.088	1.897	191	2.292	
				ago	3.097	846	2.251	473	102	271	2.318	1.446	872	3.538	2.657	881	2.201	2.088	1.897	191	2.292	
CALD	Caldeirão	16:45	0,75	mai	2.412	762	1.650	339	108	315	1.941	1.232	709	2.575	1.935	640	1.754	1.576	1.364	212	1.726	CALD
				jun	2.239	707	1.532	315	100	292	1.802	1.144	658	2.391	1.797	594	1.629	1.464	1.267	197	1.603	
				jul	2.325	734	1.591	327	104	303	1.872	1.188	684	2.483	1.866	617	1.691	1.519	1.315	204	1.664	
				ago	2.153	680	1.473	303	96	281	1.733	1.100	633	2.299	1.728	571	1.566	1.407	1.218	189	1.541	
N1B5	Novela I (Sáb)	18:35	0,75	mai	3.090	946	2.144	468	131	347	2.773	1.774	999	3.958	2.858	1.100	2.174	1.868	1.643	225	2.023	N1B5
				jun	3.090	946	2.144	468	131	347	2.773	1.774	999	3.958	2.858	1.100	2.174	1.868	1.643	225	2.023	
				jul	3.090	946	2.144	468	131	347	2.773	1.774	999	3.958	2.858	1.100	2.174	1.868	1.643	225	2.023	
				ago	3.090	946	2.144	468	131	347	2.773	1.774	999	3.958	2.858	1.100	2.174	1.868	1.643	225	2.023	
PT25	Praça TV 2ª Edição (Sáb)	19:20	0,75	mai	4.608	1.231	3.377	635	156	440	4.554	2.886	1.668	5.634	4.261	1.373	3.902	2.826	2.501	325	3.923	PT25
				jun	4.608	1.231	3.377	635	156	440	4.554	2.886	1.668	5.634	4.261	1.373	3.902	2.826	2.501	325	3.923	
				jul	4.608	1.231	3.377	635	156	440	4.554	2.886	1.668	5.634	4.261	1.373	3.902	2.826	2.501	325	3.923	
				ago	4.608	1.231	3.377	635	156	440	4.554	2.886	1.668	5.634	4.261	1.373	3.902	2.826	2.501	325	3.923	
N19S	Novela II (Sáb)	19:45	0,75	mai	4.644	1.329	3.315	607	168	554	3.672	2.391	1.281	5.287	4.202	1.085	3.393	2.454	2.182	272	3.034	N19S
				jun	4.644	1.329	3.315	607	168	554	3.672	2.391	1.281	5.287	4.202	1.085	3.393	2.454	2.182	272	3.034	
				jul	4.644	1.329	3.315	607	168	554	3.672	2.391	1.281	5.287	4.202	1.085	3.393	2.454	2.182	272	3.034	
				ago	4.644	1.329	3.315	607	168	554	3.672	2.391	1.281	5.287	4.202	1.085	3.393	2.454	2.182	272	3.034	
JNAS	Jornal Nacional (Sáb)	20:30	0,75	mai	7.598	2.181	5.417	1.131	252	798	6.358	4.100	2.258	7.716	5.681	2.035	5.307	4.308	3.838	470	5.195	JNAS
				jun	7.598	2.181	5.417	1.131	252	798	6.358	4.100	2.258	7.716	5.681	2.035	5.307	4.308	3.838	470	5.195	
				jul	7.598	2.181	5.417	1.131	252	798	6.358	4.100	2.258	7.716	5.681	2.035	5.307	4.308	3.838	470	5.195	
				ago	7.598	2.181	5.417	1.131	252	798	6.358	4.100	2.258	7.716	5.681	2.035	5.307	4.308	3.838	470	5.195	
N20S	Novela III (Sáb)	21:25	0,75	mai	7.226	1.963	5.263	990	235	738	4.949	2.998	1.951	7.383	5.493	1.890	4.806	4.185	3.827	358	4.781	N20S
				jun	7.226	1.963	5.263	990	235	738	4.949	2.998	1.951	7.383	5.493	1.890	4.806	4.185	3.827	358	4.781	
				jul	7.226	1.963	5.263	990	235	738	4.949	2.998	1.951	7.383	5.493	1.890	4.806	4.185	3.827	358	4.781	
				ago	7.226	1.963	5.263	990	235	738	4.949	2.998	1.951	7.383	5.493	1.890	4.806	4.185	3.827	358	4.781	
ALTA	Altas Horas	22:30	0,75	mai	1.582	574	1.008	239	81	254	1.058	636	422	1.516	1.113	403	1.044	1.011	862	149	917	ALTA
				jun	1.522	552	970	230	78	244	1.020	613	407	1.460	1.072	388	1.006	974	830	144	883	
				jul	1.522	552	970	230	78	244	1.020	613	407	1.460	1.072	388	1.006	974	830	144	883	
				ago	1.464	531	933	221	75	235	980	589	391	1.404	1.031	373	967	936	798	138	849	
SUCI	Supercine	01:00	0,5	mai	1.026	353	673	150	49	154	589	376	213	745	559	186	521	563	476	87	550	SUCI
				jun	1.026	353	673	150	49	154	589	376	213	745	559	186	521	563	476	87	550	
				jul	1.026	353	673	150	49	154	589	376	213	745	559	186	521	563	476	87	550	
				ago	1.026	353	673	150	49	154	589	376	213	745	559	186	521	563	476	87	550	
					MAE	MAI	MA1	IMP	BAS	CDO	PBE	JP	CPG	RNE	NAT	NA2	MAC	PIE	TER	FNO	SER	sigla

Preços em real, válidos para compras até 31/05/2023.

(b): Não há veiculação Estado. O preço Estado é um facilitador.

nordeste

domingo

					MA	MA	São Luís	Imperatriz	Balsas	Caxias	PB	João Pessoa	Campina Grande	RN	Natal	Mossoró	Maceió	PI	Teresina	Floriano	Sergipe	
					Estado Rbi	Interior	TV Mirante São Luís	TV Mirante Imperatriz	TV Mirante Balsas	TV Mirante Caxias	Estado Rbi	TV Cabo Branco	TV Paraíba	Estado	Inter TV Cabugi	Inter TV Costa Branca	TV Correio de Alagoas	Estado Rbi	TV Clube	TV Meio-norte do Sul	TV Sergipe	
Sigla	programa	horário	coeficiente 15"	meses	MAE	MAI	MA1	IMP	BAS	CDO	PBE	JP	CPG	RNE	NAT	NAZ	MAC	PIE	TER	FNO	SER	sigla
GLCO	G. Consumidor	06:50	0,5	mai	-		-			-	250	132	116		-	-			-		-	GLCO
				jun	-	-	-	-	-	-	250	132	118	-	-	-	-	-	-	-	-	
				jul							250	132	118			-	-				-	
				ago	-		-	-	-	-	250	132	118	-	-	-	-	-	-	-	-	
EMPR	Pequenos Empresas	07:20	0,5	mai	677	355	493	140	57	168	803	570	293	875	686	207	678	579	489	90	503	EMPR
				jun	827	352	475	135	55	162	849	567	282	861	662	199	671	557	470	87	484	
				jul	827	352	475	135	55	162	849	567	282	861	662	199	671	557	470	87	484	
				ago	827	352	475	135	55	162	849	567	282	861	662	199	671	557	470	87	484	
GRUD	Globo Rural	08:05	0,5	mai	1.306	640	666	323	94	223	1.282	763	519	1.456	1.113	343	1.264	926	799	127	1.228	GRUD
				jun	1.306	640	666	323	94	223	1.282	763	519	1.456	1.113	343	1.264	926	799	127	1.228	
				jul	1.306	640	666	323	94	223	1.282	763	519	1.456	1.113	343	1.264	926	799	127	1.228	
				ago	1.306	640	666	323	94	223	1.282	763	519	1.456	1.113	343	1.264	926	799	127	1.228	
AUTO	AutoEsporte	09:35	0,75	mai	2.574	867	1.707	458	80	329	2.094	1.416	678	2.369	1.732	637	2.384	1.598	1.399	199	1.554	AUTO
				jun	2.384	803	1.581	424	74	305	1.939	1.311	628	2.194	1.604	590	2.207	1.479	1.295	184	1.439	
				jul	2.384	803	1.581	424	74	305	1.939	1.311	628	2.194	1.604	590	2.207	1.479	1.295	184	1.439	
				ago	2.384	803	1.581	424	74	305	1.939	1.311	628	2.194	1.604	590	2.207	1.479	1.295	184	1.439	
ESPO	Esporte Espetacular	10:00	0,75	mai	2.939	1.005	1.934	556	89	360	2.195	1.473	722	3.059	2.359	700	2.849	1.815	1.607	213	1.997	ESPO
				jun	2.827	967	1.860	535	86	346	2.110	1.416	694	2.941	2.268	673	2.739	1.745	1.540	205	1.915	
				jul	2.939	1.005	1.934	556	89	360	2.195	1.473	722	3.059	2.359	700	2.849	1.815	1.607	213	1.997	
				ago	2.827	967	1.860	535	86	346	2.110	1.416	694	2.941	2.268	673	2.739	1.745	1.540	205	1.915	
BRAF	Futebol Brasileirão Feminino	10:30	0,75	mai			-			-	-						-	-	-		-	BRAF
				jun	2.827	967	1.860	535	86	346	2.110	1.416	694	2.941	2.268	673	2.739	1.745	1.540	205	1.915	
				jul	2.827	967	1.860	535	86	346	2.110	1.416	694	2.941	2.268	673	2.739	1.745	1.540	205	1.915	
				ago	2.827	967	1.860	535	86	346	2.110	1.416	694	2.941	2.268	673	2.739	1.745	1.540	205	1.915	
TMAX	Temperatura Máxima	12:30	0,75	mai	1.738	612	1.126	300	84	228	1.427	899	528	1.843	1.342	501	1.324	1.231	1.065	166	1.091	TMAX
				jun	1.738	612	1.126	300	84	228	1.427	899	528	1.843	1.342	501	1.324	1.231	1.065	166	1.091	
				jul	1.738	612	1.126	300	84	228	1.427	899	528	1.843	1.342	501	1.324	1.231	1.065	166	1.091	
				ago	1.738	612	1.126	300	84	228	1.427	899	528	1.843	1.342	501	1.324	1.231	1.065	166	1.091	
VOIK	The Voice Kids	14:30	0,75	mai	2.158	653	1.505	321	88	244	1.527	962	565	2.121	1.595	526	1.574	1.311	1.140	171	1.167	VOIK
				jun	2.158	653	1.505	321	88	244	1.527	962	565	2.121	1.595	526	1.574	1.311	1.140	171	1.167	
				jul	2.158	653	1.505	321	88	244	1.527	962	565	2.121	1.595	526	1.574	1.311	1.140	171	1.167	
				ago	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		-	-	-	-	
SHOV	Show de Domingo Vespertino	14:30	0,75	mai	1.738	612	1.126	300	84	228	1.427	899	528	1.843	1.342	501	1.324	1.231	1.065	166	1.091	SHOV
				jun	1.738	612	1.126	300	84	228	1.427	899	528	1.843	1.342	501	1.324	1.231	1.065	166	1.091	
				jul	1.738	612	1.126	300	84	228	1.427	899	528	1.843	1.342	501	1.324	1.231	1.065	166	1.091	
				ago	1.738	612	1.126	300	84	228	1.427	899	528	1.843	1.342	501	1.324	1.231	1.065	166	1.091	
FPAR	Fazendo Paraíso	14:30	0,75	mai			-			-	-										-	FPAR
				jun	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
				jul	1.738	612	1.126	300	84	228	1.427	899	528	1.843	1.342	501	1.324	1.231	1.065	166	1.091	
				ago	1.738	612	1.126	300	84	228	1.427	899	528	1.843	1.342	501	1.324	1.231	1.065	166	1.091	
FGGO	Futebol	15:50	0,75	mai	4.923	1.344	3.579	751	162	431	3.685	2.299	1.386	5.627	4.225	1.402	3.500	3.320	3.016	304	3.644	FGGO
				jun	4.923	1.344	3.579	751	162	431	3.685	2.299	1.386	5.627	4.225	1.402	3.500	3.320	3.016	304	3.644	
				jul	4.923	1.344	3.579	751	162	431	3.685	2.299	1.386	5.627	4.225	1.402	3.500	3.320	3.016	304	3.644	
				ago	4.923	1.344	3.579	751	162	431	3.685	2.299	1.386	5.627	4.225	1.402	3.500	3.320	3.016	304	3.644	
CBIL	Campeões da Bilheteria	15:50	0,75	mai	1.738	612	1.126	300	84	228	1.427	899	528	1.843	1.342	501	1.324	1.231	1.065	166	1.091	CBIL
				jun	1.738	612	1.126	300	84	228	1.427	899	528	1.843	1.342	501	1.324	1.231	1.065	166	1.091	
				jul	1.738	612	1.126	300	84	228	1.427	899	528	1.843	1.342	501	1.324	1.231	1.065	166	1.091	
				ago	1.738	612	1.126	300	84	228	1.427	899	528	1.843	1.342	501	1.324	1.231	1.065	166	1.091	
DOMI	Domingão	18:05	0,75	mai	5.387	1.473	3.914	823	177	473	4.007	2.496	1.509	6.123	4.590	1.533	3.836	3.648	3.316	332	3.973	DOMI
				jun	5.002	1.367	3.635	764	164	439	3.720	2.319	1.401	5.686	4.262	1.424	3.562	3.387	3.079	308	3.689	
				jul	5.002	1.367	3.635	764	164	439	3.720	2.319	1.401	5.686	4.262	1.424	3.562	3.387	3.079	308	3.689	
				ago	4.610	1.315	3.495	735	158	422	3.577	2.230	1.347	5.467	4.098	1.369	3.425	3.257	2.961	296	3.547	
FANT	Fantástico	20:30	0,75	mai	8.005	2.179	5.826	1.146	243	790	5.081	3.264	1.817	8.401	6.341	2.060	5.210	4.995	4.582	413	4.617	FANT
				jun	8.005	2.179	5.826	1.146	243	790	5.081	3.264	1.817	8.401	6.341	2.060	5.210	4.995	4.582	413	4.617	
				jul	7.698	2.096	5.602	1.102	234	760	4.865	3.118	1.747	8.078	6.097	1.981	5.010	4.803	4.406	397	4.439	
				ago	7.698	2.096	5.602	1.102	234	760	4.865	3.118	1.747	8.078	6.097	1.981	5.010	4.803	4.406	397	4.439	
COLA	Vai que Cola	23:00	0,5	mai	1.444	403	1.041	190	56	157	958	597	361	1.496	1.123	373	855	805	716	89	908	COLA
				jun	1.444	403	1.041	190	56	157	958	597	361	1.496	1.123	373	855	805	716	89	908	
				jul	1.444	403	1.041	190	56	157	958	597	361	1.496	1.123	373	855	805	716	89	908	
				ago	1.444	403	1.041	190	56	157	958	597	361	1.496	1.123	373	855	805	716	89	908	
DOMA	Domingo Maior	23:25	0,5	mai	1.452	411	1.041	198	56	157	958	597	361	1.496	1.123	373	855	805	716	89	908	DOMA
				jun	1.452	411	1.041	198	56	157	958	597	361	1.496	1.123	373	855	805	716	89	908	
				jul	1.452	411	1.041	198	56	157	958	597	361	1.496	1.123	373	855	805	716	89	908	
				ago	1.452	411	1.041	198	56	157	958	597	361	1.496	1.123	373	855	805	716	89	908	
					MAE	MAI	MA1	IMP	BAS	CDO	PBE	JP	CPG	RNE	NAT	NAZ	MAC	PIE	TER	FNO	SER	sigla

Preços em real, válidos para compras até 31/05/2023

(b) Não há veiculação Estado. O preço Estado é um localizador.

programação local
nordeste

DIA	HORÁRIO DE BRASÍLIA	GÊNERO	SIGLA	PROGRAMA	PE ESTADO (C) PLE	PE INTERIOR PEI	RECIFE TV GLOBO PE1	CARUARU TV ASA BRANCA CRR	PETROLINA TV GRANDE RIO PET	BA ESTADO (C) BAL	BA INTERIOR BAI	SALVADOR TV BAHIA SAL	F DE SANTANA TV SUBAÉ FEI	ITABUNA TV SANTA CRUZ ITA	V CONQUISTA TV SUDOESTE VDC	JUAZEIRO TV SÃO FRANCISCO JUA	BARREIRAS TV OESTE BAR	CE ESTADO CEE	FORTALEZA TV VERDES MARES CE1	JUAZ D NORTE TV VERDES MARES CARIRI CE2
Sáb	06:50	Show	CONE	Conexão Bahia						2.155	1.045	1.110	263	270	234	160	118			
Sáb	07:20	Jornalismo	BOMS	Bom Dia Sábado						2.430	1.098	1.332	316	270	234	160	118			
Sáb	14:10	Show	MOSA	Mosaico Balano						8.422	3.108	5.314	993	680	695	361	379			
Dom	07:30	Rural	RURA	Programa Rural (a)						3.025	1.382	1.643	424	268	282	245	163	2.204	1.961	243
Sáb	14:10	Viagem e Turismo	PTCE	# Partiu														4.237	3.844	393
Sáb	14:35	Show	LIGA	Se Liga Verdes Mares														4.237	3.844	393
Sáb	12:00	Jornalismo	ESPE	Espaço PE	4.058	998	3.060	699	299											
Sáb	06:50	Entretenimento	MIBO	Mistura Boa														568	502	66
Sáb	14:00	Entretenimento	VDES	Vamos Descobrir														4.237	3.844	393

DIA	HORÁRIO DE BRASÍLIA	GÊNERO	SIGLA	PROGRAMA	MA ESTADO (C) MAL	MA INTERIOR MAI	SÃO LUÍS TV MIRANTE SÃO LUÍS MA1	IMPERATRIZ TV MIRANTE IMPERATRIZ IMP	BALSAS TV MIRANTE BALSAS BAS	COCAIS TV MIRANTE COCAIS COC	PB ESTADO PBE	JOÃO PESSOA TV CABO BRANCO JP	C GRANDE TV PARAÍBA CPG	RN ESTADO RNE	NATAL INTER TV CABUGI NAT	MOSSORÓ INTER TV COSTA BRANCA NA2	ALAGOAS TV GAZETA DE ALAGOAS MAC
Sáb	06:50	Reportagem	RMIR	Repórter Mirante	1.327	548	779	235	93	220							
Sáb	14:10	Show	DAQI	Daqui	2.004	614	1.390	286	91	237							
Dom	07:30	Rural	RURA	Programa Rural (b)	1.429	619	810	311	94	214							700
Sáb	06:50	Reportagem	RESE	Resenhas do RN										1.589	1.191	398	
Sáb	14:10	Viagem e Turismo	ROTV	Rota Inter TV										1.852	1.409	443	
Dom	07:30	Rural	IRUR	Inter TV Rural										1.371	1.028	343	
Seg/Dom	02:15	-	FMAD	Faixa da Madrugada												104	
Sáb	07:30	Reportagem	IBIO	Inter Bio										7.074	5.436	1.638	

DIA	HORÁRIO DE BRASÍLIA	GÊNERO	SIGLA	PROGRAMA	PI ESTADO (C) PIE	TERESINA TV CLUBE TER	FLORIANO TV ALVORADA DO SUL FNO	SERGIPE TV SERGIPE SER
Sáb	14:10	Reportagem	PRIQ	Piauí de Riquezas	1.041	901	140	
Dom	07:30	Rural	RURA	Programa Rural	795	679	116	
Sáb	06:50	Jornalismo	BOMS	Bom Dia Sábado				1.022
Sáb	14:10	Reportagem	GIRO	Giro Sergipe				1.028
Sáb	14:35	Show	COMB	Combinado				1.028
Dom	07:30	Rural	AGRI	Estação Agrícola				1.166

comerciais de 30"
preços em real, válidos para compras em maio 2023

Importante:

O coeficiente para cálculo dos comerciais de 10" e 15" dos programas locais são 0,45 e 0,50 dos comerciais de 30", respectivamente. Exceto FGGS, cujo coeficiente para 15" é 0,75 do comercial de 30".

(a) O nome do programa na Bahia é Bahia Rural e no Ceará é Nordeste Rural.

(b) O nome do programa no Maranhão é Mirante Rural e em Alagoas é Gazeta Rural.

(c) Não há operação Estado. O preço Estado é um facilitador.

negócios | preço e inventário

globonegocios.globo.com

TABELA DE PREÇOS

BASE: JANEIRO/2023

90.1

58

PROGRAMAS	DIAS	HORÁRIOS	CITAÇÕES (5") POR MÊS	COMERCIAIS (30") POR MÊS NO PROGRAMA	COMERCIAIS (30") POR MÊS NO ROTATIVO (06 ÀS 22H)	COTAS	PATROCÍNIO TOTAL (30")
PROGRAMA DAS SETE	SEG/SEX	07H ÀS 09H	100	44	22	4	R$ 28.756,00
60 MINUTOS - 1ª EDIÇÃO	SEG/SEX	11H ÀS 12H	44	22	22	4	R$ 16.534,00
TOQUE BRASILEIRO	SEG/SEX	12H ÀS 13H	72	44	22	4	R$ 26.110,00
60 MINUTOS - 2ª EDIÇÃO	SEG/SEX	16H ÀS 17H	44	22	22	4	R$ 15.616,00
HAPPY HOUR	SEG/SEX	17H ÀS 20H	100	44	22	4	R$ 28.756,00
ON LINE	SEG/SEX	20H ÀS 21H	60	44	22	3	R$ 23.589,00
ESPECIAL GFM	SÁBADO	21H ÀS 22H	8	8	80	3	R$ 16.649,00
FREE SOUND	SEG/SÁB	22H ÀS 02H	112	60	60	2	R$ 14.798,00
	DOMINGO	21H ÀS 02H					

INFORMATIVOS	DIAS	HORÁRIOS	CITAÇÕES (5") POR MÊS	COMERCIAIS (30") POR MÊS	COTAS	PATROCÍNIO TOTAL (30")
HORA CERTA 1	SEG/SEX	06H - 09H - 13H - 17H	66	88	1	R$ 32.124,00
HORA CERTA 2	SEG/SEX	07H - 10H - 14H - 18H	66	88	1	R$ 32.124,00
HORA CERTA 3	SEG/SEX	08H - 11H - 15H - 18H30	66	88	1	R$ 32.124,00
HORA CERTA 4	SEG/SEX	08H30 -12H - 16H - 19H	66	88	1	R$ 32.124,00
GFM CULTURA	SEG/SEX	03 EDIÇÕES POR DIA	66	66	2	R$ 24.093,00
GFM ACONTECE	SEG/SEX	03 EDIÇÕES POR DIA	66	66	2	R$ 24.093,00
GFM NO TRÂNSITO 1	SEG/SEX	04 EDIÇÕES POR DIA	88	66	2	R$ 25.946,00
GFM NO TRÂNSITO 2	SEG/SEX	04 EDIÇÕES POR DIA	88	66	2	R$ 25.946,00

DESTAQUES	DIAS	HORÁRIOS	CITAÇÕES (5") POR MÊS	COMERCIAIS (30") POR MÊS	COTAS	PATROCÍNIO TOTAL (30")
DESTAQUE GFM	SEG/SEX	03 EDIÇÕES POR DIA	66	66	1	R$ 24.093,00
DOUBLE MOMENTS	SEG/SEX	03 EDIÇÕES POR DIA	66	66	1	R$ 24.093,00

CONDIÇÕES DE COMERCIALIZAÇÃO

> A GFM 90,1 oferece ao mercado soluções de mídia diferenciadas como: patrocínios de programas, informes e projetos customizados.

> O horário rotativo utilizado para entrega de comerciais dos patrocínios de programas é das 06h às 22h, de segunda a domingo.

> Comerciais com duração não expressa neste documento, serão cobrados de acordo com o valor correspondente à primeira secundagem padrão imediatamente superior à sua duração.

> Solicitamos consulta prévia da disponibilidade de espaço para irradiação.

> Para irradiação de clientes novos serão necessárias 72h para aprovação de crédito.

> Todo cancelamento de autorização so poderá ser feito por escrito, com um mínimo de 15 dias de antecedência.

> A entrega do material (MP3 e/ou WAV) deverá ser feita até as 18h do último dia útil antes do início da irradiação.

> A entrega do PI deverá ser feita até as 16h do último dia útil antes do início da irradiação.

> Condições de pagamento: 15 dias fora o mês de início da irradiação

> A GFM 90,1 reserva-se o direito de, amparada pelo Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária e/ou recomendação do Conar, recusar a irradiação de comerciais que estejam em desacordo com as normas éticas que regem a atividade.

BREAK EXCLUSIVO

- Intervalo criado especialmente para a irradiação de um único comercial.
Nenhuma outra marca, produto ou anunciante dividirá a atenção do ouvinte.
- Horários: Programa das Sete (7h10 ou 8h10) e Happy Hour (17h10 ou 18h10).
- Dias da semana: segunda a sexta-feira
- Formatos: 30" ou 60"
- Nº de inserções: 01 inserção diária por programa, com uma compra mínima de 20 inserções, no período de 10 dias.

FORMATOS	30"	60"
BREAK EXCLUSIVO	R$ 700,00	R$ 1.400,00

COMERCIAIS	30"
DETERMINADO	R$ 350,00
FAIXA HORÁRIA (06h às 19h)	R$ 312,00
FAIXA NOTURNA (20h à 0h)	R$ 155,00

CONVERSÃO DE SECUNDAGEM

5" = x 0,30	10" = x 0,45	15" = x 0,75	45" = x 1,75	60" = x 2,0

ENVIO DE MATERIAL

Formatos: MP3 e/ou WAV

opec.gfm@redebahia.com.br

CONTATOS

BAHIA
DEPARTAMENTO COMERCIAL
Rua Aristides Novis, 123, Federação, CEP 40.210-630
Tel.: (71) 3203.1902/1483/1803/1814/1178/1992/1311/1319/1385
OPEC
Tel.: (71) 3203.1174/1329/1453/1044

RIO DE JANEIRO
ESTILO COMUNICAÇÕES
Av. das Américas, 3.665, Loja 241,
Barra da Tijuca, CEP 22.631-003
Tel.: (21) 2495.5913 / 99888.6839

BRASÍLIA
MAIS COMUNICAÇÃO
SCN, Quadra 02, Bloco "D" - Sala 332, Torre "A",
Ed. Centro Empresarial Liberty Mall, CEP 70.712-903
Tel.: (61) 3328.5683 / 99209.1891

SÃO PAULO
ESCRITÓRIO REDE BAHIA
escritorio.sp@redebahia.com.br
patricia.gagliotti@redebahia.com.br
natasha.velasques@redebahia.com.br
Tel : (11) 99935.5055 / (11) 99898.3054

Observações / Entregas no Rotativo:

Especial GFM: entrega somente aos sábados e domingos. -
Free Sound: entrega somente na noite/madrugada

Tabela de PREÇOS

DIA / HORÁRIO	PROGRAMAS	APRESENTAÇÃO	SEGMENTO	SECUNDAGEM 30"
Seg à Dom. / 04h às 06h	Vamos Acordar	Walldo Silva	Notícias / Musical	R$ 350,00
Seg à Sex. / 06h às 08h	Sociedade Urgente	Adelson Carvalho	Jornalismo	R$ 650,00
Seg à Sex. / 08h às 10h	Balanço Geral	Raimundo Varela / João Kalil	Jornalismo	R$ 750,00
Seg à Sex. / 10h às 12h	Conexão Sociedade	Silvana Oliveira	Jornalismo	R$ 550,00
Seg à Sex. / 12h às 14h	Sport +	Pedro Sento Sé e Equipe Esportiva	Esportes	R$ 550,00
Seg à Sex. / 14h às 18h	Show da Tarde	Mário Tito	Variedades	R$ 350,00
Seg à Sex. / 18h às 19h	Seu Caminho	Noel Tavares	Jornalismo/Trânsito	R$ 550,00
Seg à Sex. / 19h às 21h	Bate Bola	Fabrício Cunha e Equipe Esportiva	Esportes	R$ 550,00
Sábado / 06h às 09h	Balanço Geral	João Kalil	Jornalismo	R$ 750,00
Sábado / 09h às 10h	Futebol S/A	Cássio Cardoso e Equipe	Esportes	R$ 350,00
Sábado / 10h às 14h	Sucessos de Sábado	Mário Tito	Musical	R$ 350,00
Sábado / 14h às 18h	Show da Tarde*	Mário Tito	Musical	R$ 350,00
Sábado / 18h às 22h	By Night*	Walldo Silva	Musical	R$ 350,00
Domingo / 06h às 08h	Momentos Inesquecíveis	Walldo Silva	Musical	R$ 350,00
Domingo / 08h às 13h	Domingueira Sociedade	Mário Tito	Musical	R$ 350,00
Domingo / 13h às 18h	Show de Domingo*	Mário Tito	Musical	R$ 350,00
Domingo / 18h às 22h	A Noite é Nossa Relax*	Walldo Silva	Musical	R$ 350,00
Dias de Jogos	Jornada Esportiva	Equipe Esportiva	Esportes	R$ 750,00
07h às 19h	Faixa Horária			R$ 500,00
04h às 22h	Indeterminado			R$ 300,00

CONVERSÃO DE SECUNDAGEM	
5"	0,25
15"	0,5
45"	1,5
60"	2,0
90"	3,0

Arquivamento materiais:
30 dias.

Cancelamento:
Por escrito com antecedência de 30 dias, e implicará na suspensão automática dos descontos concedidos, prevalecendo o valor de tabela.

Prazo de pagamento:
15 dias fora o mês de veiculação.

*Nos dias de jogos os horários são redistribuídos com a Jornada Esportiva.
*Caso ocorram alterações na grade, haverá compensação no mesmo programa.

COMERCIAL
71 3486-3257
comercial@sociedadeonline.com