



Exma. Senhora
Dra. Catarina Gamboa
Chefe de Gabinete do Secretário de
Estado dos Assuntos Parlamentares
Palácio de São Bento
1249-068 Lisboa

SUA REFERÊNCIA	SUA COMUNICAÇÃO DE	NOSSA REFERÊNCIA	DATA
N.º: 1827 ENT: 2685	21/05/2020	N.º: ENT.: PROC. 01.02.01	

Assunto: Pergunta n.º 2736/XIV/1.ª (IL)

Na sequência da Pergunta *supra* identificada, apresentada pelo Senhor Deputado do Grupo Parlamentar do partido Iniciativa Liberal, sobre a aquisição antecipada de espaço para difusão de publicidade institucional, prestam-se os seguintes esclarecimentos:

1. Os principais objetivos da aquisição antecipada de espaço/tempo publicitário foram (i) acautelar as necessidades acrescidas do Estado em fazer campanhas de publicidade institucional decorrentes da pandemia da COVID-19 e (ii) dar alguma liquidez aos órgãos de comunicação social, de forma a compensá-los pela quebra de receitas publicitárias e de vendas em banca que se verificaram no período de confinamento.
2. e 3. Os critérios utilizados foram:
Órgãos de comunicação social de âmbito nacional
 - Os grupos/empresas de comunicação social que detivessem publicações periódicas de informação geral e/ou serviços de programas televisivos e/ou radiofónicos generalistas ou temáticos informativos.
 - Dentro destes foram selecionados os que se entendeu melhor otimizar o alcance das campanhas relativas à pandemia da COVID-19 e à retoma da



economia, tendo em conta a respetiva representatividade e audiência junto dos vários segmentos de público.

- De forma a ser possível determinar o valor a adquirir a cada grupo ou empresa, elegeu-se como critérios a ponderar o valor das receitas em publicidade e o valor das vendas em banca no segundo trimestre de 2019.

Órgãos de comunicação social de âmbito regional e local

- Publicações periódicas de âmbito geográfico regional, classificadas quanto ao conteúdo como de informação geral, de periodicidade mensal ou superior; e operadores de serviços de programas radiofónicos de âmbito geográfico regional e/ou local.
 - Foram consultadas as Associações representativas do setor: a Associação Nacional de Imprensa, a Associação de Imprensa de Inspiração Cristã, a Associação Portuguesa de Radiodifusão e a Associação de Rádios de Inspiração Cristã. Estas associações colaboraram no apuramento de informação necessária à fixação dos critérios e verbas a afetar aos diferentes órgãos de comunicação social de âmbito regional e local.
 - Relativamente à imprensa foi tida em conta a periodicidade e a circulação, bem como o número de jornalistas por redação, à semelhança do que dispõe o n.º 1 do artigo 4.º do Decreto-Lei n.º 22/2015, de 6 de fevereiro.
 - No caso da rádio valorizou-se a produção própria nos serviços de programas, sendo que àqueles com conteúdos inteiramente próprios foi decidido adjudicar o dobro do valor que foi alocado aos serviços de programas em parceria (que apenas têm a obrigação de transmitir um mínimo de oito horas de programação própria); aos serviços de programas em associação, ou seja, que apenas retransmitem a programação de outro serviço de programas, foi decidido não adjudicar qualquer valor.
4. Os montantes atribuídos aos órgãos de comunicação social de âmbito regional e local estão estabelecidos no Anexo III à Resolução de Conselho de Ministros n.º 38-B/2020, em função da sua periodicidade e de ter ou não suporte online.



5. Os cerca de 70 000 Euros que acresceram ao montante inicialmente atribuído à Observador Ontime, S.A. resultaram numa nova distribuição do montante total a atribuir aos órgãos de comunicação social.
6. Publicações periódicas de âmbito geográfico regional, classificadas quanto ao conteúdo como de informação geral, de periodicidade mensal ou superior; e operadores de serviços de programas radiofónicos de âmbito geográfico regional e/ou local, que estejam registados na ERC e que cumpram os requisitos exigidos pelo Código dos Contratos Públicos.

Com os melhores cumprimentos,

A Chefe do Gabinete,



Sara Gil