



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

---

SUA REFERÊNCIA  
N.º: 1860  
ENT: 2717

SUA COMUNICAÇÃO DE  
22/05/2020

NOSSA REFERÊNCIA  
N.º:  
ENT.:  
PROC.

DATA

---

**Assunto:** Pergunta n.º 2763/XIV/1.ª (PAN).

Na sequência da Pergunta *supra* identificada, apresentada pelos Senhores Deputados do Grupo Parlamentar do partido Pessoas-Animais-Natureza, sobre a aquisição antecipada de espaço para difusão de publicidade institucional, prestam-se os seguintes esclarecimentos:

1. O Governo confirma os valores constantes na alínea a) da pergunta parlamentar a que se responde.
2. A razão para se referir “imprensa regional” e “rádios regionais e locais” prende-se unicamente com a terminologia utilizada na Lei de Imprensa, aprovada pela Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, que apenas prevê “publicações periódicas de âmbito regional” e na Lei da Rádio, aprovada pela Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, que prevê “serviços de programas radiofónicos de âmbito regional” e “serviços de programas radiofónicos de âmbito local”.
3. Cumpre esclarecer que esta medida se trata de uma aquisição antecipada de espaço/tempo publicitário para campanhas de publicidade institucional do Estado e não um apoio aos órgãos de comunicação social.
4. 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.



# REPÚBLICA PORTUGUESA

GABINETE DA MINISTRA DA CULTURA

5. Para cumprir o disposto no n.º 1 do artigo 8.º da Lei da Publicidade Institucional, aprovada pela Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.
6. As entidades que foram adjudicadas constam do Anexo II e dos critérios referidos no Anexo III à RCM n.º 38-B/2020
7. Ver resposta ao n.º 4.

Com os melhores cumprimentos,

A Chefe do Gabinete,



Sara Gil