



Comunicação do Governo Federal: Mídia Regional

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

COMUNICAÇÃO REGIONALIZADA

A regionalização da publicidade constitui **diretriz** de comunicação, adotada pela SECOM **desde 2006**.

Em 2008: Decreto nº 6.555, de 08 de setembro de 2008

“Art. 2º - No desenvolvimento e na execução das ações de comunicação previstas neste Decreto, serão observadas as seguintes diretrizes, de acordo com as características da ação:

X – Valorização de estratégias de comunicação regionalizada.”

REGIONALIZAÇÃO DA PUBLICIDADE DO GOVERNO FEDERAL

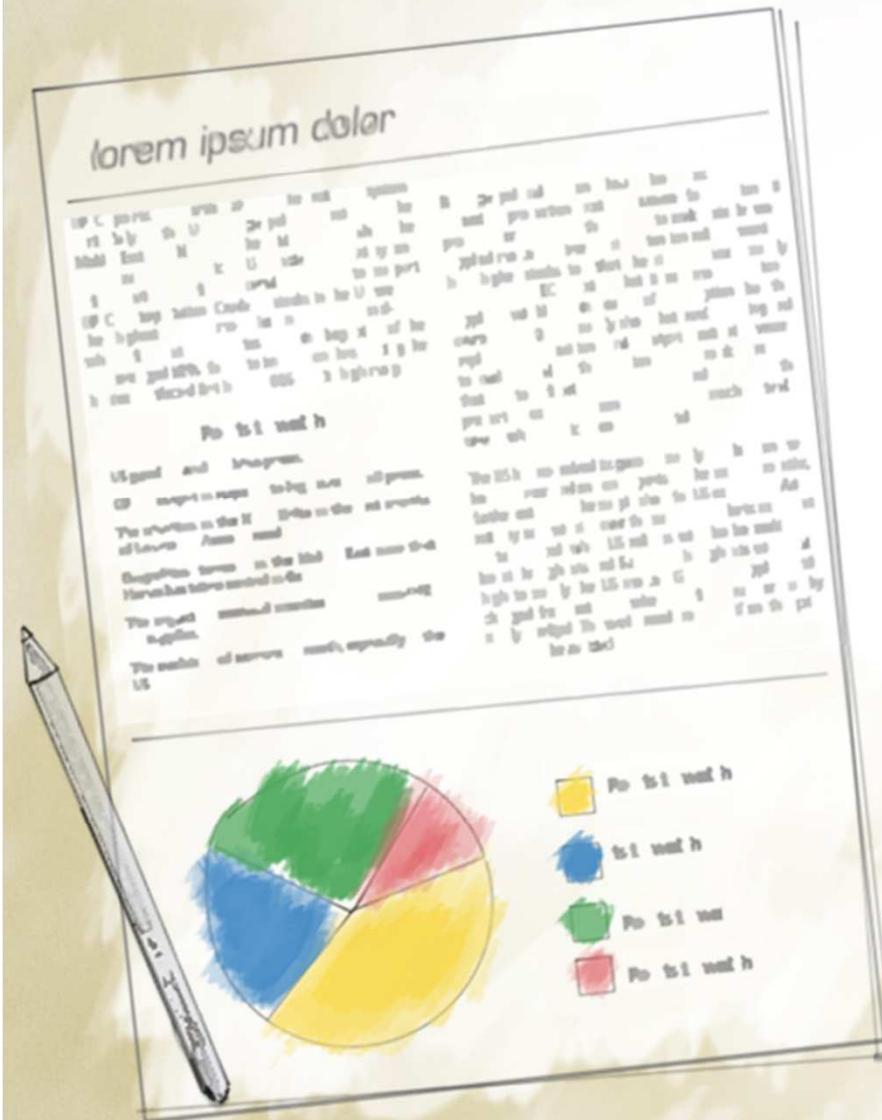
A regionalização da publicidade trata de
COMUNICAÇÃO DE GOVERNO, e inclui
conteúdo e mídia.

SOBRE A REGIONALIZAÇÃO

A **comunicação regionalizada** abrange as cinco regiões do País e, na prática, pode alcançar região, estado, município ou localidade específica, de acordo com a necessidade.

A **regionalização** permite levar a mensagem do Governo Federal ao maior número de municípios, por meio da utilização de veículos com coberturas **regionais, estaduais e locais.**

OBJETIVOS DA REGIONALIZAÇÃO



1. Dar **eficácia à comunicação** do Governo Federal;
2. Articular a **comunicação** com as **políticas públicas**;
3. Aproximar **governo e cidadão**;
4. Diversificar e desconcentrar os **investimentos em mídia**;
5. Valorizar **veículos regionais**;
6. **Fomentar a profissionalização** dos mercados regionais.



PLANEJAMENTO DE MÍDIA

PLANEJAMENTO DE MÍDIA

CRITÉRIOS TÉCNICOS

No planejamento das ações de mídia de campanhas da Secom são observados critérios técnicos para a definição de meios e veículos.

A linha de atuação do Governo Federal prevê ainda a desconcentração de veículos e municípios por meio do princípio da regionalização das ações de mídia.



PLANEJAMENTO DE MÍDIA

CRITÉRIOS TÉCNICOS

TV Aberta – utilização de pesquisa para seleção de emissoras e programas conforme objetivo de cada ação. Os investimentos são proporcionais aos índices de participação de audiência (*share*) apresentados por pesquisas IBOPE.

Rádio – em praças onde há pesquisa IBOPE, seleção de emissoras conforme ranking de audiência.

Nas cidades sem pesquisa, orientação de programação abrangente das emissoras, evitando a concentração de investimentos.

Jornal - definição de veículos conforme praça da ação e segmento do jornal, com a programação abrangente de títulos, proporcionando a desconcentração de investimentos. Como critério, utilização de ranking mensal do IVC, informações de tiragem constante em anuários de mídia ou declarada pelo próprio veículo.

PLANEJAMENTO DE MÍDIA

CRITÉRIOS TÉCNICOS

Revista – planejamento de títulos conforme segmento a ser atingido. Utilização de ranking mensalmente divulgado pelo IVC, de informação de tiragem constante em anuários de mídia ou declarada pelo próprio veículo.

Internet – planejamento abrangente de portais conforme ranking de audiência válido para o meio, são eles: IBOPE (*Netview*), *Comscore* ou Google (*Adplanner*).

Mídia Exterior – a partir da definição das praças a serem veiculadas, planejamento ampliado de veículos com regularidade cadastral, evitando a concentração de investimentos. Segmentação por praça e por tipo de mídia exterior.

PLANEJAMENTO DE MÍDIA

NEGOCIAÇÕES

Comitê de Negociações Governo Federal

Até 2002, as negociações entre Órgãos e veículos ocorriam de maneira descentralizada. Cada um praticava uma negociação diferente.

Desde 2003, todos os Órgãos que compõem o Sicom* passaram a utilizar os descontos negociados em Comitê, o que garante um maior poder de negociação e, conseqüentemente, um preço final menor.

A negociação conjunta dos Órgãos do Sicom com as maiores redes / veículos de TV, rádio, jornal e revista do país (total de 45 veículos) ocorre anualmente.

Cadastro Nacional de Veículos Jornal e Rádio – negociações com validade de 12 meses renovadas uma vez por ano com cada um dos veículos que compõem os Bancos de Dados.

* SICOM – Sistema de Comunicação do Governo Federal - Composto pelos Órgãos da Administração Direta e Indireta do Governo Federal.

PLANEJAMENTO DE MÍDIA

NEGOCIAÇÕES – PARÂMETROS

TV aberta – relação entre a variação de audiência da emissora, correção da tabela de preços e percentual de correção do IGPM consolidado no ano corrente, tendo como parâmetro a comparação de CPP (custo por ponto de audiência) das emissoras.

Rádio (praças com pesquisa IBOPE) - negociação do custo por mil (CPM) conforme média da praça;

Rádio (praças não pesquisadas pelo IBOPE) - custo médio do spot da praça e/ou de praças semelhantes dentro do estado.

Jornal (praças que possuem jornais com circulação comprovada pelo IVC) – o custo médio relativo (CPM) é parametrizado por esses veículos;

PLANEJAMENTO DE MÍDIA

NEGOCIAÇÕES – PARÂMETROS

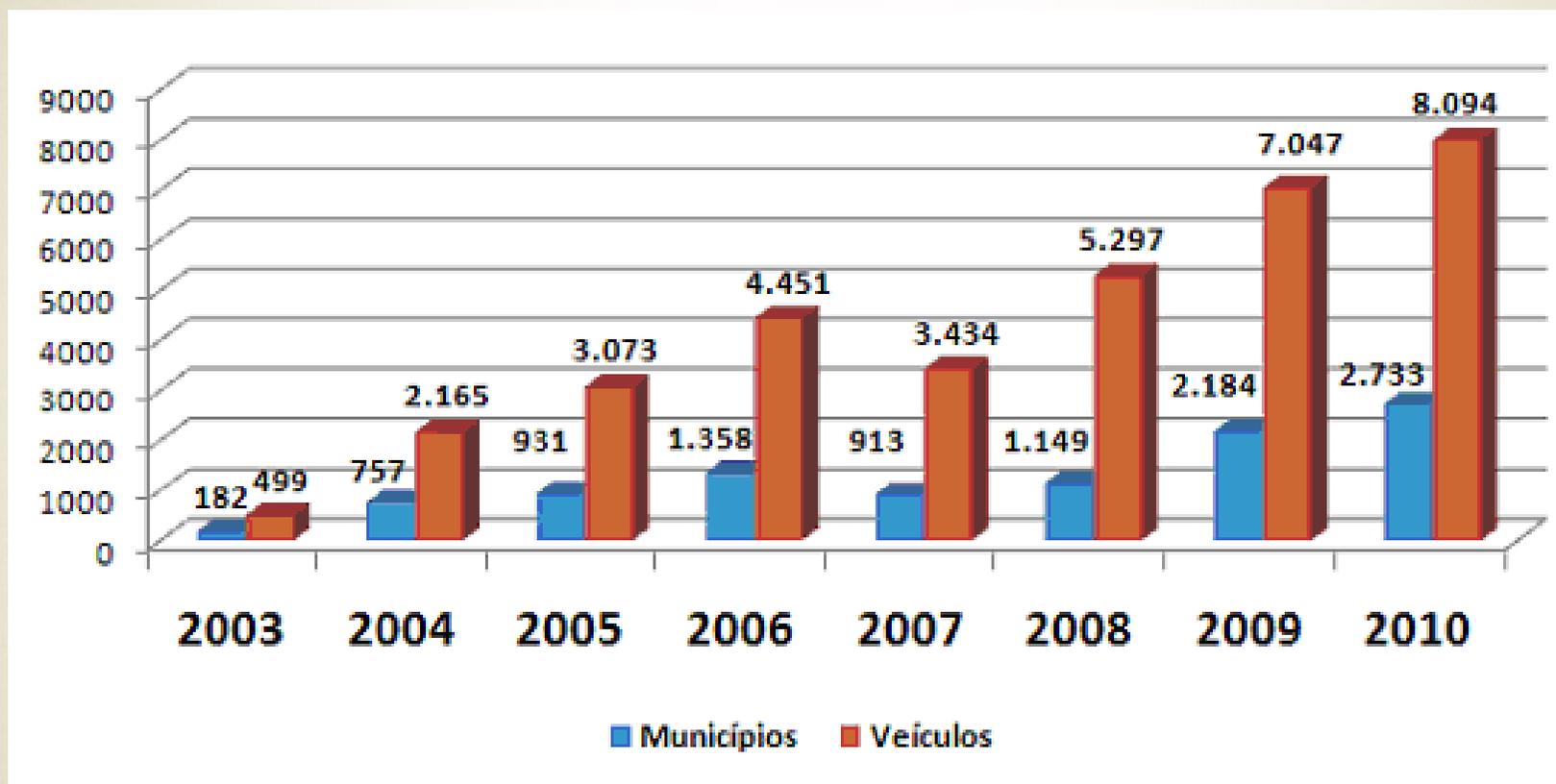
Jornal (praças sem jornais com circulação comprovada pelo IVC) – custo médio do cm X col dos jornais da praça e utilização de parâmetros de veículos de praças similares com IVC.

Revista - utilização de parâmetro de CPM conforme média do segmento.

Internet – definição de parâmetros médios de CPM do meio conforme perfil do portal.

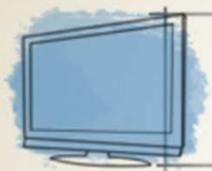
PLANEJAMENTO DE MÍDIA

VEÍCULOS CADASTRADOS – Evolução até 2010



PLANEJAMENTO DE MÍDIA

VEÍCULOS CADASTRADOS – 2011



484 emissoras de TV
– NET e regional



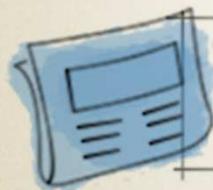
674 Portais/
sites



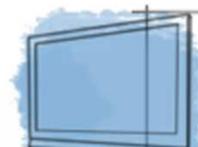
4.085 rádios – rede e
regional



671 revistas



2.362 jornais



51 Mídia
Exterior

TOTAL: 8.327

PLANEJAMENTO DE MÍDIA

CADASTRO NACIONAL DE VEÍCULOS – Pré Requisitos

Todos os meios

Envio de dados cadastrais (CNPJ, razão social, responsável pelo veículo, etc)

Envio de tabela de preços

Corte Populacional: acima de 15 mil habitantes.

Rádio

Emissoras outorgadas e licenciadas pela Anatel;

Jornal

Comprovação de circulação e periodicidade. Envio de exemplares anteriores para o Núcleo de Mídia Secom;

PLANEJAMENTO DE MÍDIA

CADASTRO NACIONAL DE VEÍCULOS – Pré Requisitos

Revista

Comprovação de circulação e periodicidade. Envio de exemplares anteriores para o Núcleo de Mídia Secom;

Internet

Comprovação da audiência do portal.

PLANEJAMENTO DE MÍDIA

CADASTRO NACIONAL DE VEÍCULOS – Como Cadastrar?

O Núcleo de Mídia da Secom é responsável pela recepção e apuração das informações prestadas pelos veículos.

Envio de e-mail para cadastro@nucleodemidia.com.br

Núcleo de Mídia Secom/PR

A/C: Banco de Dados de Veículos

SCN - Quadra 1 - Bloco E - Edifício Central Park - sala 1.807

CEP: 70711-903 - Brasília – DF

Fone: 2192-5000

Gerente: Dalva Barbosa

G O V E R N O F E D E R A L

BRASIL

PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA