



Relatório novembro 2018

1. NOTAS PRÉVIAS

1.1 A Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante designada por ERC) tem por competência, nos termos do disposto nos números 1 e 2 do artigo 10.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, verificar e fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e transparência previstos na lei, sobre as campanhas de Publicidade Institucional do Estado, bem como a aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional em cada campanha.

1.2. As entidades abrangidas por esta norma, designadamente os serviços da administração direta do Estado, os institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial do Estado, devem comunicar à ERC os custos da aquisição de espaço publicitário para a realização de campanhas de publicidade institucional do Estado, “até 15 dias após a sua contratação, através do envio de cópia da respetiva documentação de suporte”, em conformidade com o artigo 7.º da referida lei.

1.3. No que respeita à distribuição da publicidade institucional do Estado, o normativo em referência prevê ainda, no n.º1 do artigo 8.º, que “deve ser afeta aos órgãos de comunicação social regionais e locais uma percentagem não inferior a 25% do custo global previsto de cada campanha de publicidade do Estado de valor unitário igual ou superior a €15 000”.

1.4. As entidades que pretendam comunicar as campanhas por si promovidas e os respetivos investimentos realizados deverão fazê-lo através da Plataforma Institucional do Estado, efetuando um registo prévio. Em novembro foi solicitado à ERC o registo da entidade “Instituto da Mobilidade e dos Transportes, IP”.

1.5. No cumprimento do disposto no artigo 11.º do referido normativo, a ERC publica no seu sítio eletrónico relatórios mensais, elaborados com base na informação inserida pelas entidades promotoras das campanhas na Plataforma Digital de Publicidade Institucional do Estado.

2. CAMPANHAS COMUNICADAS NA PLATAFORMA DIGITAL

No mês de novembro de 2018, foram comunicadas na Plataforma Digital seis campanhas de publicidade institucional do Estado promovidas pelas seguintes entidades:

- 1) Secretaria- Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social;
- 2) Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve;
- 3) Instituto Politécnico de Viseu;
- 4) Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro;
- 5) Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana.

Na figura 1 apresenta-se um descritivo das campanhas e respetivos investimentos por órgãos de comunicação social.

Figura 1 – Caracterização das campanhas comunicadas na Plataforma Digital de PIE – novembro 2018

ENTIDADE - Secretaria- Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social			
CAMPANHA – Formação modular de empregados e desempregados			
Órgão de comunicação social	Meio	Âmbito geográfico	Investimento
O Interior	Imprensa	Local/Regional	50,00 €
			Total 50,00€
ENTIDADE – Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve (CCDR Algarve)			
CAMPANHA – Divulgação de eventos Programa Operacional do Algarve (CRESC 2020)			
Órgão de comunicação social	Meio	Âmbito geográfico	Investimento
Folha de Domingo	Imprensa	Local/Regional	90,00 €
Postal do Algarve			192,00€
Sul Informação	Digital		245,00€
Algarve Informativo			450,00 €
Correio da Manhã	Imprensa	Nacional	770,00 €
			Total 1 747,00€
ENTIDADE - Instituto Politécnico de Viseu			
CAMPANHA – Divulgação institucional /Oferta Formativa 2018/2019			
Órgão de comunicação social	Meio	Âmbito geográfico	Investimento
Via Rápida		Local/Regional	250,00 €
Jornal do Centro			276,80€
Estação Diária	Imprensa		156,00€
Diário de Viseu			450,00€
RCI			150,00€
Rádio Clube de Lamego	Rádio		156,00€
Rádio Altitude		124,80€	
			Total 1 563,60€
ENTIDADE – Universidade de Trás-Os-Montes e Alto Douro			
CAMPANHA – Divulgação do Curso de Ciências da Nutrição			
Órgão de comunicação social	Meio	Âmbito geográfico	Investimento
Notícias de Vila Real		Local/Regional	350,00€
A Voz de Trás-os-Montes			1 558,00€
VIVA!			500,00€
SOL	Imprensa	Nacional	1 700,00€
			Total 4 108,00 €
ENTIDADE – Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana			
CAMPANHA – Da Habitação ao Habitat			
Órgão de comunicação social	Meio	Âmbito geográfico	Investimento
O Gaiense	Imprensa	Regional/Local	235,00€
Alto Minho			80,00€
Notícias de Loures			65,00€
Linhas de Elvas	Digital		100,00€
Correio da Manhã	Imprensa	Nacional	250,00€

Público		144,00€
		Total 874,00€

3. DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS EM OCS REGIONAIS/LOCAIS

Os investimentos das campanhas comunicadas no mês em análise, correspondem a valores unitários inferiores a €15 000,00, não se encontrando, como tal, abrangidas pelas obrigações fixadas no n.º 8 da legislação aplicável, designadamente a afetação de 25% do investimento global de cada campanha em órgãos de comunicação social regionais e locais.

O montante global de investimentos comunicados, no mês em análise, foi de € 8 342,60, dos quais €5 478,60 foram distribuídos por órgãos de comunicação social regionais/locais. (Figura 2).

Figura 2 – Custos globais de cada campanha e distribuição de investimentos em OCS regionais /locais

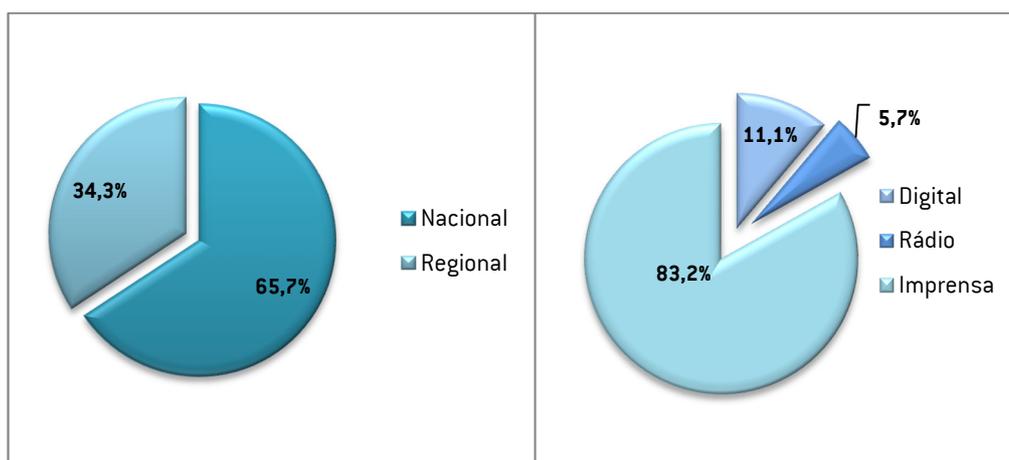
ENTIDADE	TOTAL	REGIONAL/LOCAL
Secretaria - Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social	50,00 €	50,00 €
Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve	1 747,00 €	977,00 €
Instituto Politécnico de Viseu	1 563,60 €	1 563,60 €
Universidade de Trás-Os-Montes e Alto Douro	4 108,00 €	2 408,00 €
Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana, I.P.	874,00 €	480,00 €
Totais	8 342,60 €	5 478,60 €

Importa evidenciar que o montante global investido, em OCS de âmbito regional/local, corresponde a uma percentagem maioritária do investimento total (Figura 3).

Analisando a distribuição dos investimentos em OCS de âmbito regional por meios, verifica-se que o meio imprensa foi o que absorveu o maior investimento, seguindo-se os meios digitais e, por último, a rádio (Figura 4).

Figura 3 – Distribuição dos investimentos - ÂMBITO

Figura 4 - Distribuição dos investimentos /MEIOS



Em termos comparativos e relativamente aos valores comunicados no mês de outubro, regista-se um diferencial positivo do investimento global das campanhas de publicidade institucional do Estado em órgãos de comunicação social de âmbito regional e local, que correspondeu a 3 816,00 euros. (Figura 5).

Figura 5 – Investimentos em OCS regionais – Evolução out/nov

