



Relatório setembro 2016

1. ENQUADRAMENTO

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante, 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 sobre as campanhas de publicidade institucional do Estado e, ainda, o dever de aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional em cada campanha.

A ERC lançou, no dia 1 de setembro, a Plataforma Digital da Publicidade Institucional do Estado, no endereço <http://pie.erc.pt>, visando permitir o cumprimento das obrigações legais de uma forma célere, cómoda e eficiente.

Através desta Plataforma, os serviços da administração direta do Estado, os institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial devem comunicar a aquisição de espaço publicitário para a realização de campanhas de publicidade institucional do Estado.

Na sequência do lançamento oficial da Plataforma Digital e para assegurar o conhecimento da sua existência pelas entidades abrangidas, foi remetida circular informativa aos Ministérios, solicitando a sua divulgação pelas entidades sob respetiva tutela.

2. PLATAFORMA DIGITAL DA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

2.1. O Registo das entidades

O registo na Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado encontra-se reservado apenas a representantes dos serviços supra mencionados, uma vez que são estes os organismos que se encontram obrigados a comunicar a aquisição de espaço publicitário para a realização de campanhas de publicidade institucional do Estado.

Na primeira utilização da plataforma, o responsável pela referida comunicação deverá solicitar à ERC a criação e validação de um registo de utilizador. Um registo corresponde a uma entidade. O pedido de registo será posteriormente objeto de validação pelos serviços da ERC.

Atualmente encontram-se registados 22 (vinte e dois) utilizadores na Plataforma Digital, conforme demonstrado na Fig.1.

Fig.1 – Entidades registadas na Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado

| Entidades Registadas |
|---|
| INFARMED - Autoridade Nacional do Medicamento e Produtos de Saúde, I.P. |
| INE - Instituto Nacional de Estatística, I.P. |
| Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve |
| Secretaria-Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social |
| SSAP - Serviços Sociais da Administração Pública |
| IGFSS - Instituto de Gestão Financeira da Segurança Social, I.P. |
| Centro Hospitalar de Lisboa Central, E.P.E. |
| SICAD - Serviço de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e nas Dependências |
| Centro Hospitalar de Trás-os-Montes e Alto Douro, E.P.E. |
| Instituto Politécnico de Viseu |
| Unidade de Saúde do Nordeste, E.P.E. |
| INEM - Instituto de Emergência Médica, I.P. |
| Unidade Local de Saúde de Castelo Branco, E.P.E. |
| ICNF - Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, I.P. |
| Instituto Politécnico de Coimbra |
| Centro Hospitalar de Vila Nova de Gaia/Espinho, E.P.E. |
| Secretaria-Geral do Ministério da Justiça |
| INA - Direção-Geral da Qualificação dos Trabalhadores em Funções Públicas |
| Autoridade de Gestão do Plano de Desenvolvimento Rural 2020 |
| FCT - faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa |
| Centro Hospitalar e Universitário de Coimbra, E.P.E. |
| Unidade Local de Saúde do Alto Minho, E.P.E. |

*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado

2.2. Comunicação de despesas

Após o registo e caso promovam iniciativas de publicidade institucional do Estado, as entidades abrangidas pela Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, devem utilizar a plataforma Digital para proceder à comunicação de aquisição de espaço publicitário, até 15 dias após a sua contratação, em conformidade com o art.º 7.º. De referir que existe dever de comunicação da aquisição de espaço publicitário independentemente do valor da campanha de publicidade institucional do Estado.

É pois com base nestes elementos que a ERC elabora um relatório mensal que é disponibilizado no seu sítio de internet. Salienta-se que a ERC continua a proceder ao esclarecimento de pedidos de informação (por escrito e telefone) sobre a aplicação do regime jurídico do já citado diploma.

Apresenta-se de seguida o quadro das campanhas comunicadas através da Plataforma Digital, onde se identifica a entidade promotora, o número de campanhas realizadas, o título da campanha e respetivo montante (Cf. Fig.2).

Fig. 2 – Campanhas comunicadas na Plataforma Digital do Estado em setembro de 2016

| Entidade | Nº campanhas | Título da Campanha | Montante |
|--|--------------|---|--------------------|
| INFARMED - Autoridade Nacional do Medicamento e dos Produtos de Saúde, I.P. | 6 | Peça genéricos, não torne a saúde mais cara para todos | 56.522,05 € |
| Secretaria-Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social | 1 | Lista das operações aprovadas pelo Programa Operacional Inclusão Social e Emprego | 922.49€ |
| Instituto Politécnico de Viseu | 2 | Oferta formativa IPV/2016 | 798.95€ |
| Totais | 9 | | 58.243,49 € |

*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado

Em setembro de 2016, registou-se a promoção de 9 (nove) campanhas a que corresponde um investimento total de 58.243,49 € em aquisição de espaço publicitário para divulgação de campanhas de publicidade institucional do Estado. O valor máximo registado corresponde à campanha promovida pelo INFARMED – Autoridade Nacional do Medicamento e dos Produtos de Saúde, I.P. (com um montante de 56.522,05 €) e o valor mínimo ao Instituto Politécnico de Viseu (com um montante de 798.95 €).

Por outro lado, o art.º 5.º da lei n.º 95/2015, de 17 de agosto prevê a possibilidade de adjudicação de campanhas de publicidade institucional do Estado pela entidade promotora a agências de publicidade. Contudo, as entidades promotoras devem certificar-se que as agências de publicidade cumprem cumulativamente os seguintes requisitos: encontrar-se em exercício de atividade há mais de 12 meses à data do início do processo de adjudicação; apresentar evidências de solidez e capacidade profissional; possuir situação tributária e contributiva regularizada perante o Estado e a Segurança Social; cumprimento do regime de contratação pública (Decreto-Lei n.º 18/2008, de 29 de janeiro).

Neste sentido, no mês de setembro de 2016, apenas o INFARMED – Autoridade Nacional do Medicamento e dos Produtos de Saúde, I.P. recorreu a agência publicitária para adjudicação das suas campanhas publicitárias, conforme demonstrado na Fig. 3.

Fig.3 – Campanhas realizadas com recurso a agência publicitária em setembro de 2016

| Entidade | Nº de campanhas | Campanhas c/ agência | Designação Agência |
|--|-----------------|----------------------|--------------------|
| INFARMED - Autoridade Nacional do Medicamento e dos Produtos de saúde, I.P. | 6 | 6 | Young & Rubican |
| Secretaria-Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social | 1 | 0 | |
| Instituto Politécnico de Viseu | 2 | 0 | |
| Totais | 9 | 6 | |

*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado

De seguida, apresentam-se os órgãos de comunicação utilizados no período em análise pelas entidades supra mencionadas, sendo possível verificar que os mais utilizados foram os de âmbito local e regional (Cf. Fig. 4).

Fig. 4 - Órgãos de comunicação social utilizados pelas entidades promotoras em setembro de 2016

| Órgão de comunicação social | Tipo | Âmbito Geográfico | Total |
|-----------------------------|----------|-------------------|------------|
| Correio do Minho | Imprensa | Regional | 621 € |
| Diário de Coimbra | Imprensa | Regional | 822.32 € |
| Diário do Sul | Imprensa | Regional | 1.200 € |
| Jornal do Fundão | Imprensa | Regional | 1.357,50 € |
| Região de Leiria | Imprensa | Regional | 1.856 € |
| Diário do Alentejo | Imprensa | Regional | 750 € |
| Badaladas | Imprensa | Regional | 495 € |
| Jornal do Algarve | Imprensa | Regional | 1.400 € |
| A Voz de Trás-os-Montes | Imprensa | Regional | 468 € |
| Expresso | Imprensa | Nacional | 10.000 € |
| Jornal de Notícias | Imprensa | Nacional | 5.450 € |
| Correio da Manhã | Imprensa | Nacional | 7.140 € |
| Açoriano Oriental | Digital | Regional | 922.49 € |
| Diário de Viseu | Imprensa | Regional | 489.31 € |
| Jornal Nordeste | Imprensa | Regional | 660 € |
| Visão | Imprensa | Nacional | 6.000 € |
| O Mirante | Imprensa | Regional | 945 € |
| Pais & Filhos | Imprensa | Nacional | 2.240 € |
| Gazeta do Interior | Imprensa | Regional | 712 € |
| Activa | Imprensa | Nacional | 2.230 € |
| Farmácia Distribuição | Imprensa | Nacional | 1.311 € |
| Diário de Aveiro | Imprensa | Regional | 634.74€ |
| Alto Minho | Imprensa | Regional | 480 € |
| Sábado | Imprensa | Nacional | 8.000 € |
| Alto Alentejo | Imprensa | Regional | 667.38€ |
| Diário da Região | Imprensa | Regional | 592.80€ |
| Rádio Clube de Lamego | Rádio | Local | 461.25€ |

| | | | |
|----------------|-------|-------|--------------------|
| Rádio Altitude | Rádio | Local | 337.70€ |
| Total | | | 58.243,49 € |

*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado

Os quadros seguintes apresentam pormenorizadamente as campanhas de publicidade institucional do Estado promovidas pelas entidades que procederam à comunicação de espaço publicitário na Plataforma Digital em setembro de 2016, designadamente o título da campanha, o órgão de comunicação social, o tipo, o âmbito geográfico e respetivo montante.

Fig. 5 - Campanha de publicidade institucional do Estado promovida pelo INFARMED em setembro de 2016

| Título da campanha de INFARMED, I.P. | "Peça genéricos, não torne a saúde mais cara para todos" | | |
|---|--|--------------------------|--------------------|
| Órgão de Comunicação Social | Tipo | Âmbito Geográfico | Montante |
| Correio da Manhã | Imprensa | Nacional | 7.140 € |
| Jornal de Notícias | Imprensa | Nacional | 5.450 € |
| Visão | Imprensa | Nacional | 6.000 € |
| Sábado | Imprensa | Nacional | 8.000 € |
| Activa | Imprensa | Nacional | 2.230 € |
| Farmácia Distribuição | Imprensa | Nacional | 1.311 € |
| Expresso | Imprensa | Nacional | 1.000 € |
| Pais & Filhos | Imprensa | Nacional | 2.240 € |
| Diário de Aveiro | Imprensa | Regional | 634.74€ |
| Diário do Alentejo | Imprensa | Regional | 750 € |
| Correio do Minho | Imprensa | Regional | 621 € |
| Jornal Nordeste | Imprensa | Regional | 660 € |
| Jornal do Algarve | Imprensa | Regional | 1.400 € |
| Região de Leiria | Imprensa | Regional | 1.856 € |
| Jornal do Fundão | Imprensa | Regional | 1.357,50 € |
| Gazeta do Interior | Imprensa | Regional | 712 € |
| Badaladas | Imprensa | Regional | 495 € |
| Diário de Coimbra | Imprensa | Regional | 822.32 € |
| Diário do Sul | Imprensa | Regional | 1.200 € |
| Alto Alentejo | Imprensa | Regional | 667.38€ |
| O Mirante | Imprensa | Regional | 945 € |
| Diário da Região | Imprensa | Regional | 592.80€ |
| Alto Minho | Imprensa | Regional | 480 € |
| A Voz de Trás-os-Montes | Imprensa | Regional | 468 € |
| Diário de Viseu | Imprensa | Regional | 489.31 € |
| Total | | | 56.522,05 € |

*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado

Como se referiu anteriormente, independentemente do valor da campanha de publicidade institucional do Estado, cada aquisição de espaço publicitário deve ser comunicada à ERC até 15 dias após a sua contratação.

No entanto, se estiver em causa uma campanha de valor igual ou superior a € 15.000, o seu pagamento só é permitido após o registo prévio da respetiva despesa e verificação da afetação das percentagens pela ERC, nos termos do art.º 8. Na verdade, tal significa que a ERC terá de proceder à validação dessa despesa para que o seu pagamento possa ser efetuado.

Não obstante de estarmos perante 6 (seis) campanhas individuais desenvolvidas durante o mês de setembro e subordinadas ao tema dos medicamentos genéricos, o INFARMED – Autoridade Nacional do Medicamento e dos Produtos de Saúde, I.P. apresentou o investimento conjunto dessas campanhas. Neste contexto, solicitou à ERC a sua análise e validação, nos termos do art.º 8., apresentando parecer técnico fundamentado, bem como prova da afetação realizada, nos termos do n.º 5 do artigo 8.º.

As figuras 6 e 7 referem-se às campanhas desenvolvidas pelo Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social e pelo Instituto Politécnico de Viseu, respetivamente. Estas entidades optaram pela utilização de órgãos locais e regionais para divulgação das suas campanhas de publicidade institucional do Estado.

Fig. 6 – Campanha de publicidade institucional do Estado promovida pela Secretaria-Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social

| Título da campanha de Secretaria - Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social | | "Lista das operações aprovadas pelo Programa Operacional Inclusão Social e Emprego" | |
|---|-------------|---|-----------------|
| Órgão de Comunicação Social | Tipo | Âmbito Geográfico | Montante |
| Açoriano Oriental | Digital | Regional | 922.49 € |
| Total | | | 922.49 € |

*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado

Fig. 7 – Campanha de publicidade institucional do Estado promovida pelo Instituto Politécnico de Viseu

| Título da campanha de Instituto Politécnico de Viseu | | "Oferta Formativa IPV 2016/17" | |
|--|-------|--------------------------------|-----------------|
| Órgão de Comunicação Social | Tipo | Âmbito Geográfico | Montante |
| Rádio Clube de Lamego | Rádio | Local | 461.25€ |
| Rádio Altitude | Rádio | Local | 337.70€ |
| Total | | | 798,95 € |

*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado

Importa ainda referir que foi comunicada na Plataforma Digital uma despesa relativa a um anúncio publicado na imprensa de abertura de concurso público para recrutamento de pessoal.

A Lei nº 95/2015, de 17 de agosto, não abrange os atos de publicação obrigatória, mais precisamente os editais, avisos, concursos públicos e outros instrumentos que, por força da lei, os organismos públicos devem publicitar através dos órgãos de comunicação social.

Estas formas de comunicação não integram o conceito de publicidade, na aceção do art.º 3º do Código da Publicidade (aprovado pelo Decreto-Lei nº 330/90, de 23 de outubro), na medida em que não têm por objeto promover, com vista à sua comercialização ou alienação, de forma direta ou indireta, quaisquer bens ou serviços, ou promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições. No mesmo sentido, a alínea a) do art.º 3º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, define a publicidade institucional do Estado como sendo todas as formas de comunicação que visem a divulgação dos fins, atribuições e missões de serviço público da entidade.

Neste sentido, as entidades não devem proceder à comunicação destas despesas na plataforma Digital da publicidade institucional do Estado.

3. CONCLUSÃO

Decorrido já um ano após a entrada em vigência da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto e apesar dos esforços envidados pela ERC na divulgação da Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado e da própria legislação, continua a verificar-se um número bastante diminuto de comunicações de despesas com a aquisição de espaço publicitário, se tivermos em consideração o vasto universo das entidades abrangidas pelos deveres de comunicação e transparência previstos no citado diploma.

Neste sentido e dadas as atribuições da Direção-Geral do Orçamento, a ERC irá desenvolver as diligências necessárias no sentido de solicitar a colaboração deste organismo a fim de obter informação relativamente a despesas com publicidade suportadas pelo Orçamento de Estado, designadamente aferir quais as entidades financiadas no âmbito desta rubrica para efeitos do cumprimento do dever atribuído à ERC previsto no n.º 3 do art.º 10.º.

No mesmo sentido, irão ser solicitados contributos ao Tribunal de Contas, atendo à natureza jurídica das entidades em causa.