



Relatório março 2018

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 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. Através da Plataforma Digital, 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.

1. PLATAFORMA DIGITAL DA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

As entidades promotoras devem solicitar à ERC a criação de um registo de acesso à Plataforma Digital para proceder à comunicação de despesas com campanhas de publicidade institucional do Estado.

Durante o mês de março de 2018, não foram solicitados pedidos de acesso à Plataforma Digital. Atualmente encontram-se registados um total de 60 (sessenta) utilizadores na Plataforma Digital.

Fig.1 – Total de Entidades com acesso à Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado

N.º	Designação da Entidade
1	INFARMED - Autoridade Nacional do Medicamento e Produtos de Saúde, I.P.
2	INE - Instituto Nacional de Estatística, I.P.
3	Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve
4	Secretaria-Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social
5	SSAP - Serviços Sociais da Administração Pública
6	IGFSS - Instituto de Gestão Financeira da Segurança Social, I.P.
7	Centro Hospitalar de Lisboa Central, E.P.E.
8	SICAD - Serviço de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e nas Dependências
9	Centro Hospitalar de Trás-os-Montes e Alto Douro, E.P.E.
10	Instituto Politécnico de Viseu
11	Unidade de Saúde do Nordeste, E.P.E.
12	INEM - Instituto de Emergência Médica, I.P.
13	Unidade Local de Saúde de Castelo Branco, E.P.E.
14	ICNF - Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, I.P.
15	Instituto Politécnico de Coimbra
16	Centro Hospitalar de Vila Nova de Gaia/Espinho, E.P.E.
17	Secretaria-Geral do Ministério da Justiça

18	INA - Direção-Geral da Qualificação dos Trabalhadores em Funções Públicas
19	Autoridade de Gestão do Plano de Desenvolvimento Rural 2020
20	FCT - Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa
21	Centro Hospitalar e Universitário de Coimbra, E.P.E.
22	Unidade Local de Saúde do Alto Minho, E.P.E.
23	LNEG - laboratório Nacional de Energia e Geologia
24	Secretaria-Geral do Ministério do Ambiente
25	Instituto Politécnico de Tomar
26	Serviços de Ação Social do Instituto Politécnico de Tomar
27	IGAC-Inspeção-Geral das Atividades Culturais
28	Direção-Geral da Saúde
29	Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional, I.P.
30	Direção Regional de Cultura do Alentejo
31	Instituto Politécnico do Cávado e do Ave
32	Universidade de Trás-Os-Montes e Alto Douro
33	Universidade de Aveiro
34	Instituto Nacional para a Reabilitação, I.P.
35	Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE)
36	Camões - Instituto da Cooperação e da Língua, I.P.
37	ACSS - Administração Central do Sistema de Saúde, I.P.
38	Instituto Politécnico de Lisboa
39	Secretaria - Geral da Presidência do Conselho de Ministros
40	Secretaria - Geral do Ministério da Defesa Nacional
41	IAPMEI - Agência para a Competitividade e Inovação, I.P.
42	Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária
43	Instituto da Vinha e do Vinho, I.P.
44	Instituto da Segurança Social, I.P.
45	Instituto Português da Qualidade, I.P.
46	Centro Hospitalar Cova da Beira, E.P.E.
47	Direção-Geral da Política de Justiça (DGPJ)
48	Instituto de Ação Social das Forças Armadas
49	Entidade Reguladora para o Mercado de Combustíveis, E.P.E.
50	Unidade Técnica de Acompanhamento e Monitorização do Setor Público Empresarial (UTAM)
51	Instituto Politécnico do Porto
52	Marinha Portuguesa
53	OPART - Organismo de Produção Artística, E.P.E.
54	Instituto Português do Sangue e da Transplantação, I.P.
55	Instituto dos Pupilos do Exército
56	Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana, I.P.
57	Águas de Portugal, SGPS, S.A.
58	Águas de Portugal Serviços Ambientais, S.A.
59	Agência Portuguesa do Ambiente, I.P.
60	Docapesca - Portos e Lotas, S.A.

*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado

1.1. Comunicação de despesas

As entidades promotoras devem proceder à comunicação das despesas com a aquisição de espaço publicitário para divulgação de campanhas de publicidade institucional do Estado, até 15 dias após a sua contratação, em conformidade com o artigo 7.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

Com base nas informações comunicadas, a ERC elabora um relatório mensal que é disponibilizado no seu sítio de internet.

A figura 2 apresenta o quadro das despesas com campanhas de valor inferior a 15 Mil Euros comunicadas durante o mês de março de 2018, procedendo-se à identificação da entidade promotora, título da campanha, tipo e órgão de comunicação social utilizado, âmbito geográfico e respetivo montante.

Fig. 2 – Campanhas de publicidade institucional do Estado comunicadas na Plataforma Digital/março 2018

Entidade	Título da Campanha	Total Campanhas	Órgão de Comunicação Social	Tipo	Âmbito Geográfico	Montante
Direção-Geral da Saúde	Eu Fumo Tu Fumas	1	Canal NOS	Televisão	Nacional	€ 12 280,31
TOTAL						€ 12 280,31
Secretaria-Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social	Programa Operacional Inclusão Social e Emprego	1	Diário de Coimbra	Imprensa	Regional	€ 200,00
	Formação Modular de Empregados e Desempregados	1	Diário do Sul	Imprensa	Regional	€ 60,00
TOTAL						€ 260,00
TOTAL MÊS MARÇO 2018				€ 12 540,31		

*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado

Em março de 2018, a Plataforma Digital registou a promoção de 3 (três) campanhas de publicidade institucional do Estado de valor inferior a 15 Mil Euros a que corresponde um montante total de € 12 540,31 (Doze mil, quinhentos e quarenta euros e trinta e um cêntimos).

O valor máximo registado corresponde à campanha promovida pela Direção-Geral da Saúde com um montante total de € 12 280,31 (Doze mil, duzentos e oitenta euros e trinta e um cêntimos).

Neste período, foi comunicada uma despesa relativa a uma campanha de publicidade institucional do Estado de valor igual ou superior a 15 Mil Euros, cujo pagamento só é permitido após o registo prévio da respetiva despesa e verificação da afetação das percentagens pela ERC, nos termos do artigo 8.º da Lei n.º95/2015, de 17 de agosto.

A AdP - Águas de Portugal, SGPS, S.A. (doravante, AdP) solicitou a esta Entidade Reguladora, a emissão de parecer favorável referente a uma ação de sensibilização cuja despesa com aquisição em espaço publicitário apresenta o montante total de € 106 084,93 (Cento e seis mil, oitenta e quatro euros e noventa e três cêntimos).

Salienta-se que a AdP desenvolveu a sua ação de sensibilização conjuntamente com o Ministério do Ambiente, a Agência Portuguesa do Ambiente e a Entidade Reguladora dos Serviços de Águas e Resíduos (ERSAR). No entanto, a AdP procedeu à comunicação da campanha na Plataforma Digital, na medida em foi a entidade responsável pela aquisição do espaço publicitário.

Para a instrução do referido pedido de apreciação, a AdP remeteu informação detalhada sobre a campanha, juntando cópia do contrato, do Plano de Meios, bem como a indicação e respetiva justificação da distribuição da percentagem mínima de 25% pelos órgãos de comunicação social locais e regionais devidamente identificados, nos termos dos números 1 e 4 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

Do valor total desta despesa, o valor de € 95 298, 93 (Noventa e cinco mil, duzentos e noventa e oito euros e noventa e três cêntimos) foi gasto em órgãos de comunicação social e o montante de € 10 800,00 (Dez mil e oitocentos euros) em outros suportes, designadamente na rede ATM, conforme demonstrado nas figuras 3 e 4:

Fig.3 – Despesa relativa à campanha comunicada pela AdP – Águas de Portugal, SGPS, S.A.

Órgão de Comunicação Social	Tipo	Âmbito Geográfico	Montante
Expresso	Imprensa	Nacional	€ 6 992,00
Visão	Imprensa	Nacional	€ 6000, 33
Jornal de Notícias	Imprensa	Nacional	€ 11 000,00
Correio da Manhã	Imprensa	Nacional	€ 15 508,50
Sábado	Imprensa	Nacional	€ 5 712,00
Público	Imprensa	Nacional	€ 4 100,00
Negócios	Imprensa	Nacional	€ 2 517,00
Correio do Minho	Imprensa	Regional	€ 800,00
A Voz de Trás-os-Montes	Imprensa	Regional	€ 1 480,00
Diário de Viseu	Imprensa	Regional	€ 1 500,00
Jornal do Fundão	Imprensa	Regional	€ 1 600,00

Diário de Aveiro	Imprensa	Regional	€ 1 800,34
Diário de Leiria	Imprensa	Regional	€ 1 000,00
Correio de Oeiras	Imprensa	Regional	€ 375,00
Notícias de Cascais	Imprensa	Regional	€ 375,00
Região de Leiria	Imprensa	Regional	€ 1 800,00
Jornal das Caldas	Imprensa	Regional	€ 300,00
Barlavento	Imprensa	Regional	€ 900,00
Jornal do Algarve	Imprensa	Regional	€ 1 500,00
Diário de Notícias	Imprensa	Nacional	€ 6 000,00
A Bola	Imprensa	Nacional	€ 2 665,00
Jornal Nordeste	Imprensa	Regional	€ 1 300,00
Ambitur	Digital	Nacional	€ 350,00
Sapo	Digital	Nacional	€ 3 800,00
Destak	Imprensa	Nacional	€ 5 000,00
Diário do Minho	Imprensa	Regional	€ 1 000,00
As Beiras	Imprensa	Regional	€ 3 000,00
Diário do Alentejo	Imprensa	Regional	€ 1 800,00
Jornal da Região	Imprensa	Regional	€ 600,00
Jornal de Leiria	Imprensa	Regional	€ 800,00
RTP1	Televisão	Nacional	€ 1 624,73
RTP2	Televisão	Nacional	€ 1 267,53
RTP 3	Televisão	Nacional	€ 472,98
RTP Memória	Televisão	Nacional	€ 344,52
TOTAL CAMPANHA OCS			€ 95 284,93

*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado

Intitulada “Vamos fechar a torneira à seca”, esta iniciativa conjunta tem o objetivo de consciencializar os portugueses para a importância da utilização racional da água, atendendo ao contexto de seca grave que se vive em Portugal Continental.

Para além dos órgãos de comunicação social, foram ainda utilizados outros suportes para a divulgação da mensagem publicitária, designadamente Rede ATM, Outdoor EPAL, Metro de Lisboa, Metro do Porto, Carris e em alguns serviços com atendimento ao público. Com a exceção da rede ATM, cuja despesa apresentou um valor de € 10 800,00 (Dez mil e oitocentos euros), a campanha foi divulgada nos restantes suportes a título gratuito para a entidade (Cf. Fig. 4).

Fig.4 – Outros suportes utilizados na campanha comunicada pela Águas de Portugal, SGPS, S.A

OUTROS SUPORTES	
Descrição	Montante
Publicidade na rede ATM	€ 10 800,00
Outdoor EPAL	€ 0
Metro de Lisboa e Porto	€ 0
Carris	€ 0
Cartazes	€ 0

*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado

Realça-se que, relativamente ao meio de comunicação Rádio, a entidade promotora declarou que a campanha foi divulgada a título gratuito na *Antena 1, Antena 2 e Antena 3*.

Fazendo uso da prerrogativa prevista no n.º 5 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, a AdP apresentou justificação técnica fundamentada para o incumprimento do disposto nas alíneas a) e d) do número 4 do citado artigo.

Com efeito, o n.º 5 do artigo 8.º do citado diploma atribui à entidade promotora a possibilidade de apresentação de fundamentação técnica para a não aplicação das percentagens de distribuição de publicidade institucional pelos órgãos de comunicação social regionais locais e regionais previstas no n.º 4 do citado artigo, sempre que esta distribuição revele não ser adequada aos objetivos pretendidos pela campanha.

Ante as justificações apresentadas pela entidade promotora, o Conselho Regulador da ERC considerou que, enquanto entidade responsável pela gestão dos sistemas de abastecimento de água e no âmbito das suas atribuições e esfera própria de decisão, a campanha “Vamos fechar a torneira à seca” foi eficaz e adequada o suficiente ao ser divulgada nos meios de comunicação social e outros suportes escolhidos, pelo que procedeu à validação da mesma.