



RELATÓRIO JULHO 2020

## **FICHA TÉCNICA**

**Título:** Relatório sobre Publicidade Institucional do Estado - julho 2020

**Edição:** ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Avenida 24 de Julho, 58

1200-869 Lisboa

Tel. 210 107 000

Fax 210 107 019

Internet [www.erc.pt](http://www.erc.pt)

E-mail [info@erc.pt](mailto:info@erc.pt)

**Autoria:** Departamento de Supervisão da ERC

**Conceção Gráfica:** Comunicação e Relações Exteriores da ERC

Lisboa, outubro de 2020

---

## 1. INTRODUÇÃO

As regras e os deveres de transparência a que fica sujeita a realização de campanhas de publicidade institucional do Estado, bem como as regras aplicáveis à sua distribuição em território nacional, através dos órgãos de comunicação social locais e regionais, encontram-se previstas na Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

À Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante ERC) compete verificar e fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e da aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação social local e regional, devendo esta comunicar ao Tribunal de Contas os casos de incumprimento, nos termos do n.º 3 do artigo 10.º.

As aquisições de espaço publicitário para divulgação de publicidade institucional do Estado são comunicadas à ERC na plataforma “Publicidade Institucional do Estado”, através da qual também é inserida pelas entidades a documentação de suporte, comprovativa das despesas de distribuição das campanhas.

A despesa decorrente da aquisição de espaço publicitário, para divulgação de mensagens de publicidade institucional do Estado, deve ser comunicada à ERC até 15 dias após a sua contratação, através do envio de cópia da respetiva documentação de suporte, nos termos do n.º 1 do artigo 7.º do normativo aplicável.

Encontram-se abrangidos pelos deveres de comunicação e transparência os serviços da administração direta do Estado, os institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial, em conformidade com o disposto no artigo 2.º deste diploma.

No que respeita à distribuição da publicidade institucional do Estado pelo meios regionais/locais, a alteração legislativa, aprovada pela Lei n.º 2/2020, de 31 de março (Orçamento do Estado para 2020-art.º 394.º), refere que «[n]o caso de utilização de mais do que um meio de comunicação social, 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 institucional do Estado de valor unitário igual ou superior a 5000 €».

De acordo com o disposto no n.º 1 do artigo 11.º do mesmo normativo, a ERC é responsável pela elaboração de um relatório mensal sobre as campanhas comunicadas, que disponibiliza no seu sítio eletrónico [www.erc.pt](http://www.erc.pt).

A fim de obter os dados necessários ao exercício das suas competências e deveres, a ERC disponibiliza uma plataforma digital, através da qual as entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado comunicam a despesa realizada, em cada campanha de publicidade, com a aquisição de espaços nos órgãos de comunicação social, adicionando ainda a necessária documentação comprovativa do investimento.

Cumprе salientar que a distribuição da publicidade pelos vários órgãos de comunicação social é uma decisão que cabe à entidade promotora, que define os meios que entende serem relevantes do ponto de vista de otimização da difusão da mensagem.

## 2. CAMPANHAS COMUNICADAS NO PORTAL DA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

No mês de julho foram comunicadas 6 campanhas no Portal da publicidade institucional do Estado, promovidas por 4 entidades. O montante global das campanhas comunicadas foi de **130 730,43 €**, dos quais **16 378,24 €** se destinaram a órgãos de comunicação social de âmbito regional e local.

Entidade	Nº de campanhas	Campanhas c/ agência	Investimento Local/Regional	Investimento total
Águas de Portugal, SGPS, S.A. (AdP)	1	0	0,00 €	21 163,90 €
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	3	1	14 878,24 €	88 296,94 €
EPAL – Empresa Pública das Águas Livres, S.A.	1	0	1 500,00 €	12 422,50 €
Instituto dos Registos e do Notariado (IRN)	1	0	0,00 €	8 847,09 €
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>16 378,24 €</b>	<b>130 730,43 €</b>

Fig. 1 – Campanhas comunicadas no mês de julho de 2020

## 3. DISTRIBUIÇÃO DAS CAMPANHAS PELOS MEIOS

A entidade Águas de Portugal (AdP) comunicou a campanha «Obrigado», cuja distribuição se fez pelos meios Televisão e Rádio, envolvendo um investimento total de 21 163,90 €.

Entidade: AdP			
Campanha: «Obrigado»			
Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
SIC	Nacional	Televisão	6 032,77 €
TVI			5 705,13 €
RTP 1			4 568,98 €
Porto Canal			4 119,02 €
RR		Rádio	738,00 €
<b>Total</b>			<b>21 163,90 €</b>

Fig. 2 – Plano de distribuição da campanha «Obrigado»

No que respeita à distribuição da publicidade institucional do Estado pelo meios regionais/locais, importa referir que, nos termos da Lei n.º 2/2020, de 31 de março [Orçamento do Estado para 2020], «[n]o caso de utilização de mais do que um meio de comunicação social, 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 institucional do Estado de valor unitário igual ou superior a 5000 €».

Atendendo ao valor unitário da campanha «Obrigado», e face à ausência de investimento em meios regionais e locais, a ERC procedeu à comunicação dos factos ao Tribunal de Contas, no cumprimento das competências que lhe são atribuídas, por força do n.º 3, do artigo 10.º do referido diploma.

A ANSR – Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária promoveu 3 campanhas de publicidade institucional do Estado, «Páscoa 2020», «Novos Sinais, Maior Segurança» e «E se a Estrada Falasse?», cuja comunicação à ERC foi considerada concluída no mês de julho e que atingiram um montante de investimento global de 88 296,94 €, dos quais 14 878,24 € foram destinados a meios de âmbito regional/local.

A campanha «Páscoa 2020» envolveu um investimento total de 14 129 €, tendo sido destinados 12 279 € à Imprensa, 1 000 € ao Digital, 250 € à Televisão e 600 € a outros meios, designadamente plataformas digitais.

**Entidade:** ANSR

**Campanha:** «Páscoa 2020»

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Expresso			2 000,00 €
Público			1 000,00 €
Diário de Notícias			2 154,00 €
Jornal de Notícias			2 975,00 €
Máxima			250,00 €
Flash	Nacional	Imprensa	250,00 €
Sábado			500,00 €
Record			1 250,00 €
Negócios			900,00 €
Correio da Manhã			1 000,00 €
Observador			Digital
Correio da Manhã TV		Televisão	250,00 €
		Outros meios (Plataformas Digitais)	600,00 €
		<b>Total</b>	<b>14 129,00 €</b>

Fig. 3 – Plano de distribuição da campanha «Páscoa 2020»

A campanha «Novos Sinais, Maior Segurança» teve um investimento total de 14 658 €, dos quais 12 808 € se destinaram ao meio Imprensa, 1 000 € ao digital, 250 € à Televisão e 600 € a plataformas digitais não integradas no conceito de meios de comunicação social. Não foram efetuados investimentos em órgãos de comunicação social regionais/locais.

**Entidade:** ANSR

**Campanha:** “Novos Sinais, Maior Segurança “

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Observador		Digital	1 000,00 €
Público			1 000,00 €
Jornal de Notícias			2 975,00 €
Diário de Notícias			2 183,00 €
Máxima			250,00 €
Flash	Nacional	Imprensa	250,00 €
Sábado			500,00 €
Record			1 250,00 €
Correio da Manhã			1 000,00 €
Negócios			900,00 €
Turbo			500,00 €
Expresso			2 000,00 €
Correio da Manhã TV		Televisão	250,00 €
		Outros meios (Plataformas Digitais)	600,00 €
		<b>Total</b>	<b>14 658,00 €</b>

Fig. 4 – Plano de distribuição da campanha «Novos Sinais, Maior Segurança»

A campanha «E se a Estrada Falasse?» atingiu um montante global de 59 509,94 €, distribuído pelos meios Rádio e Televisão, tendo sido atribuídos à Rádio 20 541,03 € e à Televisão 38 968,91 €.

A órgãos de comunicação social regionais/locais foram destinados 14 878,24 €, o que corresponde a uma percentagem de 25%.

**Entidade:** ANSR

**Campanha:** «E se a Estrada Falasse?»

<b>Órgão de comunicação social</b>	<b>Âmbito geográfico</b>	<b>Tipo</b>	<b>Montante</b>
Antena 1	Nacional		1 507,63 €
Antena 3			1 728,26 €
Cidade FM Lisboa	Regional/Local	Rádio	3 686,05 €
M80 Rádio			3 686,05 €
Smooth FM			3 686,05 €
TSF			3 820,09 €
Rádio Comercial			514,80 €
RFM			992,82 €
RR			919,28 €
RTP 1	Nacional	Televisão	5 257,71 €
RTP 3			4 123,69 €
SIC			2 886,59 €
SIC Notícias			3 092,77 €
Correio da Manhã TV			3 814,42 €
TVI			2 061,85 €
TVI 24			4 329,88 €
TVI Reality			10 309,23 €
TV Séries			3 092,77 €
		<b>OCS Regional/Local</b>	<b>14 878,24 €</b>
		<b>OCS Regional/Local</b>	<b>25%</b>

Fig. 5 – Plano de distribuição da campanha «E se a Estrada Falasse?»

A EPAL – Empresa Pública das Águas Livres, S.A., comunicou as despesas de distribuição da campanha «Garrafa Cool edição especial Capital Verde Europeia», que atingiram um valor unitário de 12 422,50 €, distribuídos pela Imprensa, com 10 922,50 € e pelo Digital, com 1 500,00 €. Em meios regionais/locais foram aplicados 1 500,00 €, o que corresponde a cerca de 12% do investimento global.

<b>Entidade:</b> EPAL			
<b>Campanha:</b> «Garrafa Cool edição especial Capital Verde Europeia»			
<b>Órgão de comunicação social</b>	<b>Âmbito geográfico</b>	<b>Tipo</b>	<b>Montante</b>
Observador		Digital	1 500,00 €
Expresso	Nacional	Imprensa	3 000,00 €
A nossa PRIMA			1 000,00 €
Sábado			1 000,00 €
Público			1 640,00 €
Visão			2 782,50 €
Time Out Lisboa	Regional		1 500,00 €
<b>Total</b>			<b>12 422,50 €</b>
<b>OCS Regional/Local</b>			<b>1 500,00 €</b>
<b>OCS Regional/Local</b>			<b>12%</b>

Fig. 6 – Plano de distribuição da campanha «Garrafa Cool edição especial Capital Verde Europeia»

A campanha «Renovação por SMS do Cartão de Cidadão», promovida pelo Instituto dos Registos e do Notariado (IRN) teve um investimento global de 8 847,09 €, destinado exclusivamente ao meio Rádio.

<b>Entidade:</b> IRN			
<b>Campanha:</b> «Renovação por SMS do Cartão do Cidadão»			
<b>Órgão de comunicação social</b>	<b>Âmbito geográfico</b>	<b>Tipo</b>	<b>Montante</b>
Rádio Renascença	Nacional	Rádio	8 847,09 €
<b>Total</b>			<b>8 847,09 €</b>

Fig. 7 – Plano de distribuição da campanha «Renovação por SMS do Cartão do Cidadão»

No mês de junho foi concluído o procedimento de comunicação da campanha «Brand Awareness II», promovida pelo Centro de Recrutamento da Força Aérea (Gabinete do Ministro da Defesa Nacional).

A campanha envolveu um investimento total de 34 100,00€, destinados exclusivamente a meios nacionais, não tendo sido efetuados investimentos em órgãos de comunicação social regionais/locais.

Estes factos indiciam incumprimento do dever contido no n.º 1 do artigo 8.º da legislação aplicável, que obriga a uma afetação de, pelo menos, 25% do valor unitário da campanha neste tipo de meios, o que levou a ERC a proceder à sua comunicação ao Tribunal de Contas, no cumprimento do n.º 3, do artigo 10.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

<b>Meios</b>	<b>Âmbito geográfico</b>	<b>Montante</b>
Mupis Digitais		5 500,00 €
Abrigos e Mupis	Nacional	19 500,00 €
Rede de Multibanco		9 100,00 €
<b>Total</b>		<b>34 100,00 €</b>

Fig. 8 – Distribuição da campanha «Brand Awareness II»

## 4. ANÁLISE DOS INVESTIMENTOS

### 4.1. Investimentos globais

O investimento global das campanhas comunicadas no Portal da publicidade institucional do Estado, em julho, atingiu **130 730,43 €**, dos quais **16 378,24 €** se destinaram a meios de âmbito regional/local.

NACIONAL	<b>114 352,19 €</b>	<b>87,5%</b>
REGIONAL	<b>16 378,24 €</b>	<b>12,5%</b>
TOTAL	<b>130 730,43 €</b>	<b>100,0%</b>

Fig. 9 – Distribuição do investimento global por âmbito geográfico



Fig. 10 – Gráfico do investimento global por âmbito geográfico

A análise dos investimentos por tipo de meios revela que o montante mais elevado se destinou à Televisão, 59 894,81 €, seguindo-se a Imprensa, 36 009,50 €, a Rádio, 30 126,12 € e, finalmente o Digital, com apenas 3 500,00 €. A outros meios, não considerados órgãos de comunicação social, foi destinado um investimento de 1 200,00 €.

TELEVISÃO	59 894,81 €	<b>45,8%</b>
IMPrensa	36 009,50 €	<b>27,5%</b>
RÁDIO	30 126,12 €	<b>23,0%</b>
DIGITAL	3 500,00 €	<b>2,7%</b>
OUTROS MEIOS	1 200,00 €	<b>0,9%</b>

Fig. 11 -Distribuição do investimento global por tipo de meios

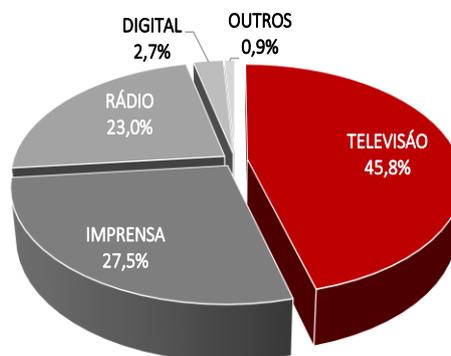


Fig. 12 - Gráfico do investimento global por tipo de meios

#### 4.2. Investimentos em meios regionais/locais

No que se refere à distribuição das verbas investidas em meios de comunicação social de âmbito regional/local, foram selecionados os meios Rádio e Imprensa. À Rádio foi destinado o investimento mais expressivo, 14 878,24 €, seguindo-se a Imprensa, com 1 500,00 €, o que corresponde a volumes percentuais muito díspares.

RÁDIO	14 878,24 €	<b>90,8%</b>
IMPRESA	1 500,00 €	<b>9,2%</b>

Fig. 13 - Distribuição do investimento regional/local por meios

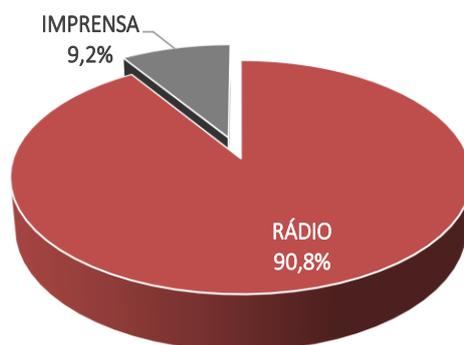


Fig. 14 - Gráfico do investimento regional/local por tipo de meios

#### 4.3. Evolução dos investimentos junho 2020 – julho 2020

MESES	N.º de campanhas	Investimento total	Investimento em OCS regional/local
JUNHO/20	3	589 967,42 €	239 120,42 €
<b>JULHO/20</b>	<b>6</b>	<b>130 730,43 €</b>	<b>16 378,24 €</b>
<b>Varição</b>		<b>-459 236,99 €</b>	<b>-222 742,18 €</b>

Fig. 15 - Evolução dos investimentos JUNHO 2020/ JULHO 2020

Em julho de 2020, os valores comunicados registaram um decréscimo significativo, quer no montante global, quer no investimento destinado aos meios regionais/locais, que foi igualmente expressivo.

Apesar do número de campanhas comunicadas ter duplicado (6), em comparação com o mês anterior (3), os investimentos envolvidos foram muito inferiores, o que provocou a descida dos valores.

**CONTACTOS ERC**

**Plataforma da Publicidade Institucional do Estado**

**Avenida 24 de Julho, 58**

**1200-869 Lisboa Portugal**

**t: +351 210 107 000**

**f: +351 210 107 019**

**e: [publicidade.institucional@erc.pt](mailto:publicidade.institucional@erc.pt)**

**Consulte-nos em <http://pie.erc.pt>**