



RELATÓRIO DEZEMBRO 2020

FICHA TÉCNICA

Título: Relatório sobre Publicidade Institucional do Estado - dezembro 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

E-mail info@erc.pt

Autoria: Departamento de Supervisão da ERC

Conceção Gráfica: Comunicação e Relações Exteriores da ERC

Lisboa, dezembro de 2020

NOTAS PRÉVIAS

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.

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 do referido diploma.

Importa ainda salientar que, no que respeita à distribuição da publicidade institucional do Estado pelo meios regionais/locais, a Lei n.º 2/2020, de 31 de março (Orçamento do Estado para 2020-art.º 394.º), determina 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 €».

A fim de obter os dados necessários ao exercício das suas competências, 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.

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.

1. CAMPANHAS COMUNICADAS NO PORTAL DA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

No mês de dezembro foram comunicadas **7 campanhas** de publicidade institucional do Estado promovidas por **4 entidades**:

- Empresa Portuguesa das Águas Livres (EPAL)
- Instituto dos Registos e do Notariado (IRN)
- Organismo de Produção Artística (OPART)
- Serviços Partilhados do Ministério da Saúde (SPMS)

O montante global de despesas de distribuição pelos meios das campanhas comunicadas foi de **378 509,78 €**, dos quais **102 379,64 €** se destinaram a órgãos de comunicação social de âmbito regional e local.

ENTIDADE	CAMPANHAS (n.º)	INVESTIMENTO	
		LOCAL/ REGIONAL	TOTAL
Empresa Portuguesa das Águas Livres (EPAL)	3	1 500,00€	21 330,00€
Instituto dos Registos e do Notariado (IRN)	1	0,00€	4 950,00€
Organismo de Produção Artística, E.P.E. (OPART)	2	3 600,00€	6 688,00€
Serviços Partilhados Ministério da Saúde (SPMS)	1	97 279,64€	345 541,78€
TOTAL	7	102 379,64€	378 509,78€

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

2. DISTRIBUIÇÃO DAS CAMPANHAS PELOS MEIOS

Nas figuras seguintes apresentam-se de forma detalhada os meios utilizados em cada campanha e os respetivos investimentos.

Entidade: EPAL			
Título da Campanha: Curso PERSA			
Órgão de comunicação social	Tipo	Âmbito geográfico	Montante
Água & Ambiente			1 350,00€
Diário Económico	Imprensa	Nacional	1 050,00€
Expresso			2 000,00€
Público			1 640,00€
		Total	6 040,00€
		Regional/Local	00,00€
		Regional/Local (%)	0,0%

Fig.2 – Plano de distribuição da campanha «Curso PERSA»

Entidade: EPAL			
Título da Campanha: Jarro Gota			
Órgão de comunicação social	Tipo	Âmbito geográfico	Montante
A nossa PRIMA			1 000,00€
Caras			900,00€
Courrier	Imprensa	Nacional	1 800,00€
Expresso			2 000,00€
Público			1 640,00€
Sábado			1 950,00€
Total			9 290,00€
Regional/Local			00,00€
Regional/Local (%)			0,0%

Fig.3 – Plano de distribuição da campanha «Jarro Gota»

Entidade: EPAL			
Título da Campanha: Bicas com História			
Órgão de comunicação social	Tipo	Âmbito geográfico	Montante
Caras	Imprensa	Nacional	1 500,00 €
Expresso			3 000,00 €
Time Out			1 500,00 €
Total			6 000,00€
Regional/Local			00,00€
Regional/Local (%)			0,0%

Fig.4 – Plano de distribuição da campanha «Bicas com História»

Entidade: Instituto dos Registo e Notariado			
Título da Campanha: Renovação do CC por Multibanco			
Órgão de comunicação social	Tipo	Âmbito geográfico	Montante
Mupis	Outros Meios	Nacional	4 950,00€
Total			4 950,00€
Regional/Local			00,00€
Regional/Local (%)			0,0%

Fig.5 – Plano de distribuição da campanha «Renovação do CC por Multibanco»

Entidade: OPART			
Título da Campanha: Concertos TNSC			
Órgão de comunicação social	Tipo	Âmbito geográfico	Montante
Público	Imprensa	Nacional	1 088,00€
TSF	Rádio	Regional/Local	3 600,00€
Total			4 688,00€
Regional/Local			3 600,00€
Regional/Local (%)			76,8%

Fig.6 – Plano de distribuição da campanha «Concertos TNSC»

Entidade: OPART			
Título da Campanha: TNSC Projetos 2021			
Órgão de comunicação social	Tipo	Âmbito geográfico	Montante
Expresso	Imprensa	Nacional	2 000,00€
Total			2 000,00€
Regional/Local			00,00€
Regional/Local (%)			0,0%

Fig.7 – Plano de distribuição da campanha «TNSC Projetos 2021»

Entidade: Ministério da Saúde - SPMS			
Título da Campanha: SNS 24			
Órgão de comunicação social	Tipo	Âmbito geográfico	Montante
RTP1	Televisão	Nacional	62 657,45€
SIC			93 789,91€
TVI			67 330,78€
Barlavento - Imprensa	Imprensa	Regional/Local	5 400,00€
Correio do Minho			3 105,00€
Diário de Aveiro			8 482,64€
Diário do Minho			3 315,00€
Jornal de Matosinhos			3 825,00€
Jornal do Algarve			7 560,00€
O Gaiense			5 928,00€
Região de Águeda			2 100,00€
Azeméis FM Rádio			2 246,40€
ERA - Emissora Regional de Ama			1 366,56€
Jornal FM	1 366,56€		
Nove3cinco	2 059,20€		
Rádio Alto Ave	Rádio	Regional/Local	711,36€
Rádio Alvor			823,68€
Rádio Antena Minho			1 497,60€
Rádio Antena Vareira			823,68 €
Rádio Botaréu			786,24€
Rádio Cidade Hoje			1 366,56€
Rádio Clube da Feira			1 347,84€
Rádio Clube da Pampilhosa			711,36€
Rádio Clube de Penafiel			1 834,56€
Rádio Clube Paços Ferreira			1 815,84€
Rádio Felgueiras			1 104,48€
Rádio Fóia			1 198,08€
Rádio Fundação FM			2 190,24€
Rádio Gilão			1 048,32€

Rádio Independente Paivense			823,68€
Rádio Linear			1 160,64€
Rádio Local de Barcelos			1 928,16€
Rádio Marcoense			1 104,48€
Rádio NoAr			973,44€
Rádio Nova			4 118,40€
Rádio Onda Viva			1 366,56€
Rádio Província			786,24€
Rádio Região de Basto			973,44€
Rádio Regional de Arouca			1 216,80€
Rádio Regional Sanjoanense			1 029,60€
Rádio Solar			1 366,56€
Rádio Universitária do Minho	Rádio	Regional/Local	1 497,60€
Rádio Vizela			1 647,36€
Rádio Voz da Ria			823,68€
Rádio Voz de Basto			711,36 €
Rádio Voz de Vagos			655,20€
Rádio Voz do Neiva			879,84€
Record Algarve			1 291,68€
Record Porto			1 928,16€
Sagres FM			2 096,64€
Terra Nova			1 497,60€
Top FM			1 291,68€
Total FM			2 096,64€
Publicidade Mupis e <i>Outdoors</i>		Outras despesas	24 484,00€
		Total	345 541,78 €
		OCS Regionais/Locais	97 279,64 €
		% OCS REGIONAL/LOCAL	28,2%

Fig.8 – Plano de distribuição da campanha «SNS 24»

3. DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS EM MEIOS REGIONAIS/LOCAIS

Nos termos da Lei n.º 2/2020, de 31 de março (Orçamento do Estado para 2020), nos casos em que é utilizado mais do que um meio de comunicação social, deve ser afeta aos órgãos de comunicação social regionais e locais uma percentagem de, no mínimo, 25% do valor unitário de cada campanha, sempre que este for igual ou superior a 5 000 €.

A campanha abrangida por este dever, «SNS 24», promovida pelo Ministério da Saúde-SPSM, atingiu um valor unitário de **345 541,78 €**, tendo sido afetado o montante de **97 279,64 € a meios de âmbito regional/local**, o que corresponde a um valor percentual de 28,2% (fig.8).

Assim, no contexto da verificação do cumprimento da referida obrigação, não se registaram irregularidades.

4. ANÁLISE DA DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS PELOS MEIOS

4.1. Investimentos totais por âmbito geográfico

As despesas de distribuição de campanhas de publicidade institucional do Estado, comunicadas no mês de dezembro de 2020, totalizaram **378 509,78 €**, dos quais **102 379,64 €** em meios regionais/locais, o que corresponde a uma percentagem de cerca de **27%**.

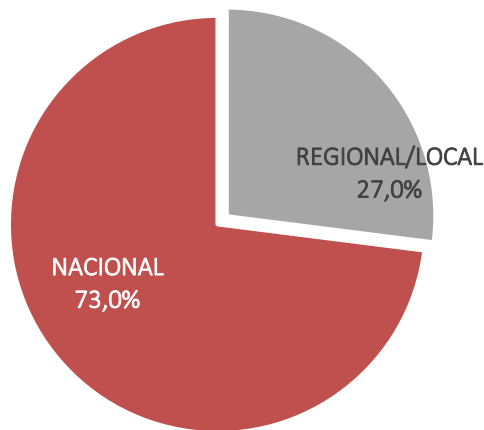


Fig. 9 – Distribuição do investimento por âmbito geográfico

4.2. Investimentos por tipo de meios

A análise dos investimentos totais por tipo de meios revela que o montante mais elevado se destinou ao meio Televisão com **223 778,14 €**, seguindo-se a Imprensa com **64 133,64 €** e a Rádio com **61 164,00 €**. Nos meios não considerados órgãos de comunicação social, designadamente os Outdoors, foram comunicados investimentos que totalizaram **29 434,00 €**.

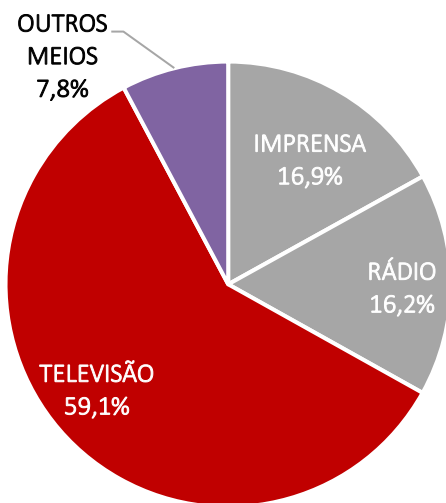


Fig. 10 – Distribuição do investimento total por tipo de meios

A análise dos investimentos em meios regionais/locais por tipo de meios revela que os investimentos comunicados se distribuíram pela Imprensa e Rádio, cabendo a esta a maior fatia, com **61 164,00 €**. À Imprensa foram destinados **41 215, 64 €**.

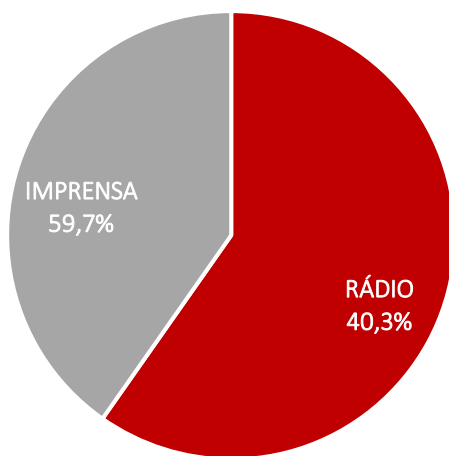


Fig. 11 – Distribuição do investimento regional/local por tipo de meios

4.3. Evolução dos investimentos novembro 2020 – dezembro 2020

Mês	N.º de campanhas	Investimento global	Investimento em OCS regional/local
NOV/20	3	12 178,00 €	5 140,00 €
DEZ/20	7	378 509,78	102 379,64 €
Varição	4	(+)366 331,78 €	(+) 97 239,64 €

Fig. 12 - Evolução dos investimentos novembro 2020/ dezembro 2020

No mês de dezembro de 2020 o número de campanhas comunicadas mais do que duplicou, tendo subido de 3 para 7.

Paralelamente o investimento comunicado subiu de forma significativa, em particular motivado pelo impacto da campanha “SNS 24”. O mês de dezembro apresenta-se, assim, como o segundo mês em que foram comunicados mais investimentos no decorrer do ano 2020, seguindo-se ao mês de junho em que a Plataforma da ERC recebeu comunicações que totalizaram cerca de 590 mil euros.

Conclui-se que, analisado o último mês do ano 2020, os três meses de maior investimento comunicado foram, por ordem crescente, janeiro (262 248,28€), dezembro (378 509,78€) e junho (589 967,93€).

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

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