



RELATÓRIO AGOSTO 2021

FICHA TÉCNICA

Título: Relatório sobre Publicidade Institucional do Estado - agosto

2021Edição: 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

Conceção Gráfica: Comunicação e Relações Exteriores

Lisboa, outubro de 2021

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.

As entidades promotoras, nos termos do n.º 3 do artigo 5.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto «devem acompanhar a execução dos contratos celebrados nos termos dos números anteriores, nomeadamente no que respeita às relações de subcontratação e à aquisição de espaços publicitários através de agências de publicidade, com vista a assegurar níveis elevados de eficiência da aquisição publicitária e a recolha de elementos para os seus relatórios de atividades, bem como assegurar o estrito cumprimento das normas relativas à contratação de serviços de colocação de publicidade».

Importa ainda salientar que, no que respeita à distribuição da publicidade institucional do Estado pelos meios regionais/locais, «[d]eve 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€, nos termos do art.º 432.º, da Lei n.º 75-B/2020, de 31 de dezembro (Orçamento do Estado para 2021)».

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. ENTIDADES PROMOTORAS DE CAMPANHAS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

No período em análise foram comunicadas e validadas na plataforma as comunicações de **seis campanhas**, promovidas por **cinco entidades**, que atingiram um **montante global de 369 577,46 euros**, do qual **88 062,68 euros**, se destinou a **meios regionais/locais** (Figura 1).

Entidade	Campanhas (n.º)	C/ agência (n.º)	C/ agência (€)	Investimento Regional/Local (€)	Investimento Global (€)
Agência para o Desenvolvimento e Coesão	1	1	0,00	0,00	4 950,40
Gab. Ministro da Defesa Nacional	1	0	77 571,46	19 437,00	77 571,46
Direção-Geral da Saúde	1	0	279 478,00	68 625,04	279 478,00
Instituto Politécnico de Lisboa	1	0	0,00	0,00	738,00
EPAL	2	1	0,00	0,00	6 480,00
Totais	6	2	357 049,46	88 062,68	369 577,46

Fig. 1 – Investimentos - agosto de 2021

2. DISTRIBUIÇÃO DAS CAMPANHAS PELOS MEIOS

Nas figuras seguintes apresenta-se, de forma detalhada, o plano de distribuição pelos meios de cada campanha e os respetivos investimentos publicitários (Figuras 2 a 7).

Campanha: Ciclo de *Webinars* - Fundos Europeus: Resultados e desafios

Entidade: Agência para o Desenvolvimento e Coesão (ADC)

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
ECO Online	Nacional	Digital	4 950,00 €
			TOTAL 4 950,00 €
			OCS Regional /Local 0,00 €
			OCS Regional /Local 0,00%

Fig. 2 – “Ciclo de *Webinars* - Fundos Europeus: Resultados e desafios”

Campanha: Curso de Formação de Oficiais, Sargentos e Praças			
Entidade: Gabinete de Ministro da Defesa Nacional			
Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
SIC	Nacional	TV	11 009,97 €
TVI			9 992,85 €
Setubalense, O - Imprensa			837,25 €
Diário de Leiria			500,00 €
Diário de Coimbra			1 000,00 €
Diário de Aveiro			1 000,00 €
Diário do Minho			450,00 €
Correio do Minho			500,00 €
Diário de Notícias - Funchal			2 356,20 €
Açoriano Oriental - Imprensa			1 500,00 €
Jornal de Leiria	Regional	Imprensa	750,00 €
Almonda, O - Imprensa			360,00 €
Região de Leiria			800,00 €
Mirante			2 100,00 €
Diário do Alentejo			750,00 €
Jornal do Algarve			800,00 €
Alto Alentejo			500,00 €
Terras da Beira			656,50 €
Notícias de Viseu			250,00 €
Jornal Torrejano - Informação Regional			270,00 €
Jornal da Batalha			380,00 €
Posto Emissor do Funchal			182,26 €
Rádio MEO SW - 100.8FM			728,00 €
Rádio Altitude			416,00 €
Rádio Alto Minho			280,80 €
Rádio Antena Minho			180,00 €
Rádio Brigantia			180,00 €
RACAB - Rádio Castelo Branco			300,00 €
Radio Fóia			Local
Radio Clube de Monsanto	156,00 €		
Radio Portalegre	182,00 €		
Terra Nova	158,00 €		
Rádio Local de Torres Novas	70,00 €		
Rádio Telefonía do Alentejo	145,60 €		
Rádio Cister	192,40 €		
Rádio Pax	274,40 €		
Mupis/Outdoors	21 650,00 €		
Redes Sociais	Outras Despesas		
Diversos			13 000,00 €
			TOTAL 77 571,46 €
			OCS Regional /Local 19 437,64 €
			OCS Regional /Local 25%

Fig. 3 – Curso de Formação de Oficiais, Sargentos e Praças

Campanha: Massificação da testagem COVID 19

Entidade: Direção-Geral da Saúde

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Diário de Aveiro			3 139,76
Região de Águeda			415,13
Correio de Azeméis			1 471,08
Diário do Alentejo			1 383,75
Correio Alentejo			730,62
Correio do Minho			1 060,88
Diário do Minho			1 132,63
Jornal Nordeste			749,79
Mensageiro de Bragança			922,50
Jornal do Fundão			2 968,14
Reconquista			2 998,13
As Beiras			2 706,00
Diário de Coimbra			2 984,80
Diário do Sul			2 410,80
A Defesa			1 752,75
Barlavento			1 968,00
Jornal do Algarve			2 583,00
Terras da Beira			1 210,69
Interior, O	Regional	Imprensa	1 219,75
Jornal de Leiria			3 433,24
Região de Leiria			4 197,38
Badaladas			2 724,60
Alto Alentejo			1 153,13
Linhas de Elvas			710,07
O Gaiense			2 107,40
Jornal de Matosinhos			691,88
Mirante			5 815,59
Templário, O			1 060,88
Setubalense, O			2 756,28
Semmais Jornal			1 119,30
Jornal Sudoeste			730,62
A Aurora do Lima			1 279,17
Alto Minho			1 383,75
A Voz de Trás-os-Montes			2 110,68
Voz de Chaves, A			783,87
Diário de Viseu			1 980,00
Douro Hoje			779,00
SIC	Nacional	Televisão	94 042,00
TVI			116 810,96
			TOTAL 279 478,00 €
			OCS Regional/Local 68 625,04 €
			OCS Regional/Local 25%

Fig. 4 - Massificação da testagem COVID 19

Campanha: Divulgação de duas novas pós-graduações da ESCS – Escola Superior de Comunicação Social

Entidade: Instituto Politécnico de Lisboa

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante (€)
Marketeer	Nacional	Imprensa	738,00 €
			TOTAL - 738,00 €
			OCS Regional /Local – 0,00 €
			OCS Regional /Local - 0,00%

Fig. 5 - Divulgação de duas novas pós-graduações da ESCS

Campanha: Pós-Graduação da Academia EPAL

Entidade: Empresa Portuguesa das Águas Livres (EPAL)

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Diário de Notícias	Nacional	Imprensa	1 440,00 €
Público			3280,00 €
			TOTAL 4 720,00 €
			OCS Regional /Local 0,00 €
			OCS Regional /Local 0,00%

Fig. 6 - Pós-Graduação da Academia EPAL

Campanha: Aquamatrix

Entidade: Empresa Portuguesa das Águas Livres (EPAL)

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Green Savers	Nacional	Digital	1 400,00 €
Ambiente Magazine			720,00 €
			TOTAL 2 120,00 €
			OCS Regional /Local 0,00 €
			OCS Regional /Local 0,00%

Fig. 7 - Aquamatrix

3. DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS EM MEIOS REGIONAIS/LOCAIS

Os investimentos em meios regionais /locais devem ser efetuados de acordo com o n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, conjugada com as alterações introduzidas pelo art.º 432.º da Lei n.º 75-B/2020, de 31 de dezembro (Orçamento do Estado para 2021).

As referidas normas determinam que deve ser afetada 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 5 mil euros.

Assim, na sequência da verificação efetuada, conclui-se que as campanhas comunicadas, em agosto de 2021, cumprem a percentagem de afetação, prevista na legislação aplicável.

O n.º 4 do referido artigo 8.º determina ainda que «a distribuição deve, sempre que adequado aos fins da campanha, respeitar tendencialmente as seguintes percentagens de afetação:

- a) Imprensa: 7 %;
- b) Rádio: 6 %;
- c) Televisão: 6 %;
- d) Órgãos de comunicação social digitais: 6 %»

No que respeita às percentagens previstas no referido n.º 4, as entidades apresentaram a fundamentação técnica, por solicitação da ERC, relativamente à escolha de determinados meios a utilizar nas campanhas que desenvolveram.

4. ANÁLISE DA DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS PELOS MEIOS

4.1. Investimentos totais por âmbito geográfico

As despesas de aquisição de espaço publicitário de campanhas de publicidade institucional do Estado, no período em análise atingiram um **total de 369 577,46 euros**, dos quais **88 062,68 euros** se destinaram a **meios regionais/locais**.

4.2. Análise dos Investimentos por tipo de meios

A análise dos investimentos globais por tipo de meio revela que o montante mais elevado se destinou ao meio Televisão que recebeu a maior parcela, seguindo-se a Imprensa, outros meios não considerados órgãos de comunicação social (MUPIS e Redes Sociais), o Digital e, por último a Rádio, que recebeu uma parcela muito inferior face aos restantes meios.

Relativamente à distribuição dos investimentos de âmbito regional/local, a Imprensa recebeu o maior montante destacando-se de forma expressiva do investimento realizado no meio Rádio (Figuras 8 a 11).

INVESTIMENTO GLOBAL - MEIOS	
TELEVISÃO	231 855,78 €
IMPrensa	90 562,99 €
RÁDIO	3 677,69 €
DIGITAL	6 350,00 €
OUTROS MEIOS	37 131,00 €

Fig. 8 – Investimento global por meios

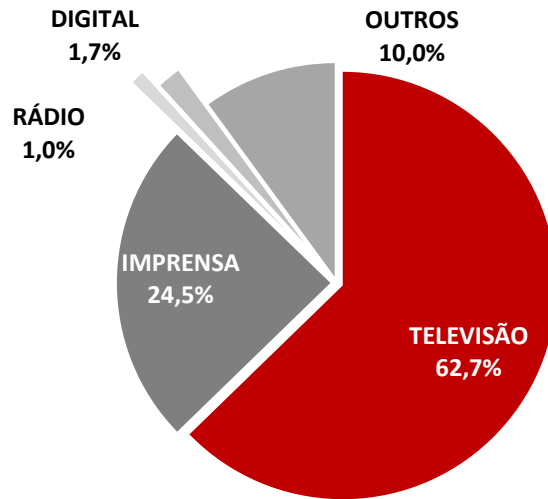


Fig. 9 – Investimento global por meios

INVESTIMENTOS REGIONAL/LOCAL - MEIOS	
IMPRENSA	84 384, 99 €
RÁDIO	3677,69 €

Fig. 10 – Distribuição do Investimento regional/local por meios

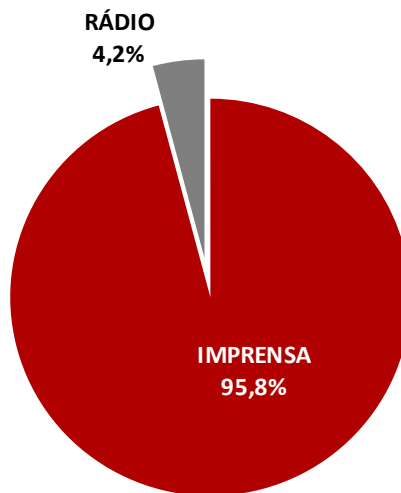


Fig. 11 – Distribuição do investimento regional/local por meios

4.3. Evolução dos investimentos julho 2021/agosto 2021

Meses	N.º de campanhas	Investimento em OCS regional/local	Investimento global
JUL-21	9	799 062,75 €	2 276.867,40 €
AG -21	6	88 062,68 €	369 577,46 €
Varição	(-3)	711 000,07 €	1 907 289,94 €

Fig. 12 - Evolução dos investimentos julho 2021/ agosto 2021

No mês de agosto de 2021 o número de campanhas comunicadas foi menor relativamente a julho, menos 3 campanhas, bem como os investimentos comunicados na plataforma da ERC, os quais registaram descidas significativas, quer no quadro global, quer no âmbito regional/local.

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>