

33 entidades públicas comunicam à ERC a realização de 112 campanhas publicitárias  
**Investimento em Publicidade Institucional do Estado cai 6 milhões em 2022**

Em 2022, os serviços da administração direta, os institutos públicos e as entidades que integram o setor empresarial do Estado comunicaram à ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social, através da [Plataforma Digital da Publicidade Institucional do Estado](#), a realização de 112 campanhas publicitárias, no montante global de 6 462 708,69 euros. Este valor representa um decréscimo de quase metade do montante distribuído a estas campanhas em 2021 (12 507 407,87 euros).

A verba destinada aos órgãos de comunicação social regionais e locais, em 2022, foi de 2 384 267,78 euros, o que corresponde a 36,9% do total investido na aquisição de espaços publicitários. Em relação ao ano anterior observa-se um aumento percentual de 37% na atribuição aos meios regionais e locais, no entanto, o investimento global comunicado foi expressivamente inferior.

A ERC verificou que foram comunicadas 57 campanhas de Publicidade Institucional do Estado que envolveram investimentos superiores a 5 mil euros. Sendo que em cinco situações o valor destinado a meios regionais/locais foi inferior a 25% do custo global da campanha, o que revela incumprimento do disposto na [Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto](#). Consequentemente foi comunicado pela ERC ao Tribunal de Contas, nos termos do n.º 3, do artigo 10.º do referido diploma.

Em 2022, do total de 561 órgãos de comunicação social que receberam investimentos pela distribuição da Publicidade Institucional do Estado, 502 eram órgãos de âmbito regional/local.

A distribuição por tipo de meio revela que a Televisão continua a receber a maior parte do montante global, cerca de 2,5 milhões de euros repartidos por 15 serviços de programas, seguida pela Imprensa, com 1,87 milhões de euros para 277 títulos, dos quais 248 são regionais e locais e da Rádio com 1,32 milhões de euros para 210 meios, 205 destes regionais e locais. O Digital, à semelhança dos anos anteriores, continua a ser o formato que recebe menos investimento com cerca de 110 mil euros para 59 meios, 49 destes regionais e locais.

Por fim, a comparação entre 2021 e 2022 mostra que houve um aumento no número de campanhas comunicadas, mas também uma quebra nos investimentos em todos os meios de comunicação social. O meio que apresentou uma maior descida foi a Televisão, seguindo-se a Rádio, a Imprensa, os outros meios e o Digital. Nos órgãos regionais e locais, a Rádio foi o meio que apresentou uma maior quebra, seguindo-se o Digital e a Imprensa com perdas menos expressivas.

A ERC disponibiliza, em anexo, o Relatório “Publicidade Institucional do Estado 2022” no qual se detalham os investimentos comunicados ao regulador no ano passado e a fiscalização da sua conformidade com as normas aplicáveis.

Lisboa, 29 de junho de 2023



# PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO



ENTIDADE REGULADORA  
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

RELATÓRIO  
DE REGULAÇÃO  
**2022**



# RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

# **PUBLICIDADE**

# **INSTITUCIONAL**

# **DO ESTADO**

2022

**TÍTULO:**

“Publicidade Institucional do Estado 2022”

**EDIÇÃO:**

ERC — Entidade Reguladora para a Comunicação Social

**SUPERVISÃO:**

Joana Duarte, Diretora do Departamento de Supervisão da ERC

**AUTORIA:**

Ângela Nobre, Técnica do Departamento de Supervisão da ERC

**CONCEÇÃO GRÁFICA E PAGINAÇÃO:**

Madde Comunicação

**REVISÃO:**

Nuno Miguel Tomás

Lisboa, maio de 2023

# ÍNDICE



1. VISÃO GLOBAL	4
2. ENQUADRAMENTO LEGAL	6
3. INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES	7
4. INVESTIMENTOS COMUNICADOS COM INTERVENÇÃO DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE	8
5. CAMPANHAS COM INVESTIMENTOS IGUAIS OU SUPERIORES A 5 MIL EUROS	9
6. ANÁLISE DOS INVESTIMENTOS POR MEIOS	11
7. EVOLUÇÃO DOS INVESTIMENTOS - 2021/2022	13



## 1. VISÃO GLOBAL

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.

Nos termos do n.º 1 do artigo 10.º do referido diploma, compete à ERC verificar e fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e transparência previstos na lei, bem como o dever de verificação da aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional em cada campanha, de acordo com o n.º 4 do artigo 8.º.

A despesa de 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.

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.

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 artigo 432.º da Lei n.º 75-B/2020, de 31 de dezembro (Orçamento do Estado para 2021), «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 ERC elabora relatórios mensais sobre as campanhas de publicidade institucional do Estado, que são publicados no seu *website* em [www.erc.pt](http://www.erc.pt), como determina o n.º 1 do artigo 11.º do mesmo normativo.

Igualmente, nos termos definidos no n.º 2 do referido artigo, compete ainda à ERC a elaboração de um relatório anual sobre o grau de cumprimento da presente lei, que remete à Assembleia da República até ao final do primeiro semestre de cada ano civil.

A fim de obter os dados necessários ao exercício das suas competências e deveres, a ERC disponibiliza uma plataforma digital, o portal PIE, através do qual as entidades promotoras comunicam as despesas de aquisição de publicidade, em cada campanha, detalhando o investimento efetuado em cada meio de divulgação utilizado.

As entidades devem ainda fazer acompanhar a comunicação da adequada documentação de suporte, designadamente os comprovativos que permitam à ERC validar as despesas declaradas pela entidade.

Em 2022, foram comunicadas **112 campanhas** de publicidade institucional do Estado, promovidas por **33 entidades**.

Os investimentos comunicados atingiram o montante global de **6 462 708,69 euros**, dos quais foi destinada uma verba de **2 384 267,78 euros** a meios de comunicação social **de âmbito regional/local**, o que corresponde a um valor percentual de **36,9 %** da verba global comunicada pelas entidades.

Segundo informação prestada pelas entidades promotoras, cerca de **36 campanhas** foram distribuídas através de agências de publicidade, movimentando um total de **4 249 779, 64 euros**.

Em comparação com os dados de 2021, verifica-se que ocorreu um ligeiro aumento do número de campanhas, no entanto, o investimento comunicado foi expressivamente inferior.

Quanto à fiscalização do n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, conjugado com as alterações introduzidas pelo artigo 432.º da Lei n.º 75-B/2020, de 31 de dezembro, no cumprimento do referido dever, no ano em análise, registaram-se **cinco casos** em que não foram destinados a meios regionais/locais os investimentos correspondentes a uma percentagem mínima de 25 %, nos termos previstos na lei.

Todavia, importa dar nota de que, em 2022, a percentagem do investimento publicitário, nos meios regionais e locais reflete uma evolução positiva, tendo atingido cerca de **37 %**, face aos 25 % registados em 2021.

## 2. ENQUADRAMENTO LEGAL

As regras e os deveres de transparência a que fica sujeita a realização de campanhas de publicidade institucional do Estado (doravante PIE), 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 (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.

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.

A despesa decorrente da aquisição de espaço publicitário, para divulgação de mensagens de PIE, 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.

As entidades que realizam campanhas de PIE devem ainda investir em «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 para a verificação e fiscalização da lei aplicável, a ERC desenvolveu uma plataforma digital através da qual as entidades promotoras comunicam a aquisição de espaços publicitários, por campanha, apresentando a documentação comprovativa das despesas previstas.

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).

Importa salientar que a esta entidade ainda não é atribuída qualquer competência sancionatória, cabendo-lhe apenas o dever de comunicar ao Tribunal de Contas os casos de incumprimento, de acordo com o disposto no artigo n.º 3 do artigo 10.º da lei em apreço.

Igualmente, nos termos definidos no n.º 2 do referido artigo, compete ainda à ERC a elaboração de um relatório anual sobre o grau de cumprimento da presente lei, que remete à Assembleia da República até ao final do primeiro semestre de cada ano civil.

O presente Relatório analisa os investimentos comunicados à ERC, em 2022, e a sua conformidade com a norma aplicável à publicidade institucional do Estado.

# 3. INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES

Os investimentos comunicados atingiram um total de **6 462 708,69 euros**, dos quais **2 384 267,78 euros** foram destinados a OCS de âmbito regional/local. As despesas são indicadas no quadro da Figura 1, bem como as respetivas entidades responsáveis.

FIG. 1 – INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES EM 2022

Entidade	Nº de campanhas	Total	Total Local + Regional
Secretaria-Geral da Presidência de Conselho de Ministros	3	196.686,69€	<b>58.204,43€</b>
Secretaria-Geral do Ministério do Ambiente	4	161.622,08€	<b>131.837,68€</b>
Centro de Recrutamento da Força Aérea	4	101.390,42€	<b>28.037,30€</b>
Secretaria-Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social	10	1.010.690,92€	<b>325.503,58€</b>
Instituto Politécnico de Viseu	2	3.290,00€	<b>790,00€</b>
Centro Hospitalar de Trás-os-Montes e Alto Douro, E.PE.	1	2.357,91€	<b>2.357,91€</b>
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, I.P.	1	580.000,00€	<b>229.157,99€</b>
Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE)	11	22.820,00€	<b>4.800,00€</b>
Laboratório Nacional de Energia e Geologia (LNEG)	4	5.094,24€	<b>0,00€</b>
Direção-Geral da Saúde	4	1.900.786,82€	<b>930.820,79€</b>
Direção Regional de Cultura do Alentejo	1	17.472,00€	<b>17.472,00€</b>
Instituto Politécnico de Lisboa	2	3.730,20€	<b>0,00€</b>
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	3	268.185,42€	<b>67.880,88€</b>
OPART - Organismo de Produção Artística, E.PE.	3	40.380,46€	<b>18.063,66€</b>
Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana, I.P.	3	3.036,30€	<b>150,00€</b>
Águas de Portugal, SGPS, S.A.	1	142.834,43€	<b>36.627,26€</b>
Docapesca - Portos e Lotas, S.A.	1	14.128,92€	<b>4.321,91€</b>
Instituto da Mobilidade e dos Transportes, IP	3	184.945,82€	<b>46.442,92€</b>
EPAL	14	95.820,56€	<b>23.456,80€</b>
Águas do Vale do Tejo, S.A.	1	4.820,11€	<b>2.966,60€</b>
Instituto dos Registos e do Notariado (IRN)	2	1.350,00€	<b>0,00€</b>
Instituto da Segurança Social, I.P.	1	67.745,08€	<b>19.164,29€</b>
Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P.	3	50.276,77€	<b>32.902,77€</b>
Secretaria-Geral da Educação e Ciência	6	81.781,00€	<b>54.530,00€</b>
Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral (GPP)	1	296.119,33€	<b>110.720,61€</b>
Secretaria-Geral do Ministério da Administração Interna	2	211.515,26€	<b>29.465,09€</b>
Unidade Local de Saúde do Norte Alentejano, EPE	1	1.539,19€	<b>1.539,19€</b>
Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil	2	783.922,86€	<b>196.957,22€</b>
Centro Hospitalar de Leiria, EPE	4	2.147,90€	<b>2.147,90€</b>
Casa Pia de Lisboa, I.P.	2	8.036,00€	<b>0,00€</b>
Águas do Centro Litoral, S.A.	1	3.910,00€	<b>3.910,00€</b>
Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, E.PE.	9	189.124,00€	<b>4.039,00€</b>
Imprensa Nacional Casa da Moeda	2	5.148,00€	<b>0,00€</b>
<b>Totais</b>	<b>112</b>	<b>6.462.708,69€</b>	<b>2.384.267,78€</b>

## 4. INVESTIMENTOS COMUNICADOS COM INTERVENÇÃO DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

As campanhas de PIE podem ser adjudicadas pela entidade promotora a agências de publicidade, desde que estas reúnam os requisitos previstos no artigo 5.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

De acordo com o n.º 3 do artigo 5.º da referida norma, nas situações em que estão envolvidas agências de publicidade, as entidades promotoras «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 (...)».

Em 2022, foram comunicadas **36** campanhas de publicidade em que ocorreu a intervenção de agências de publicidade, correspondendo a um investimento de **4 249 779,64 euros**, dos quais **2 022 791,75 euros foram destinados a OCS regionais e locais**.

FIG. 2 – INVESTIMENTOS COM INTERVENÇÃO DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

Entidade	C/ agência (n.º)	C/agência (€)	Regional/Local (€)
Secretaria- Geral da Presidência de Conselho de Ministros	1	166 186,43	<b>58 204,43</b>
Centro de Recrutamento da Força Aérea	4	101 390,42	<b>28 037,30</b>
Secretaria- Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social	9	1 007 155,92	<b>325 503,58</b>
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas	1	580 000,00	<b>229 157,99</b>
Direção-Geral da Saúde	1	645 871,00	<b>930 820,79</b>
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária	3	268 185,42	<b>67 880,88</b>
Águas de Portugal	1	142 834,43	<b>36 627,26</b>
Instituto da Mobilidade e dos Transportes	1	180 007,82	<b>46 442,92</b>
Instituto da Segurança Social	1	67 745,08	<b>19 164,29</b>
Secretaria- Geral da Educação e Ciência	6	81 781,00	<b>54 530,00</b>
Secretaria- Geral do Ministério da Administração Interna	2	211 515,26	<b>29 465,09</b>
Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil	2	783 922,86	<b>196 957,22</b>
Casa Pia de Lisboa	2	8 036,00	
Imprensa Nacional Casa da Moeda	2	5 148,00	
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>28</b>	<b>261</b>

## 5. CAMPANHAS COM INVESTIMENTOS IGUAIS OU SUPERIORES A 5 MIL EUROS

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 artigo 432.º da Lei n.º 75-B/2020, de 31 de dezembro (Orçamento do Estado para 2021), «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€».

No ano em análise foram comunicadas 57 campanhas que envolveram investimentos **iguais ou superiores a cinco mil euros**.

FIG. 3 – CAMPANHAS COM INVESTIMENTO TOTAL IGUAL OU SUPERIOR A 5 MIL EUROS

Campanha	Entidade	Total (€)	Regional /Local (€)	Regional /Local (%)
Pura EPAL. Pura como a nossa água		17 740,00	5100,00	29
Reabilitação (Telheiras)	EPAL	37 309,56	15 956,80	43
Natal Bule Costa Nova		6900,00	1900,00	28
Projetos 2022 –Teatro Nacional de São Carlos		21 571,47	9600,00	45
Espectáculos 2022-Teatro Nacional de São Carlos e Companhia Nacional de Bailado	OPART – Organismo de Produção Artística	9131,68	3625,00	40
Divulgação Companhia Nacional de Bailado		9677,31	4838,66	50
Evento Anual PO SEUR 2021		6625,35	4775,35	72
A segurança é a sua praia 2021	SG do Ministério do Ambiente	86 012,64	62 426,84	73
Não deixes cair a máscara		64 035,49	64 035,49	100
Divulgação de Projetos PRR	Agência para a Modernização Administrativa	10 126,04	0,00	0
Campanha de Natal e Ano Novo		645 871,00	161 620,76	25
Campanha COVID-19 –Testagem	Direção-Geral da Saúde	122 956,64	63 266,44	51
Campanha COVID-19 –Nova Fase		381 860,60	381 860,60	100
COVID19 Natal e Ano Novo – Medidas Gerais		750 098,58	324 072,99	43
Agenda Cultural da Região Alentejo	Direção Regional de Cultura do Alentejo	17 472,00	17 472,00	100
Campanha de Natal 2021	Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária	92 959,52	22 904,44	25
Campanha de Ano Novo 2022		87 437,07	22 493,34	26
Agenda da Inovação para a Agricultura 20/30 –Terra Futura	Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral	296 119,33	110 720,61	37
Salgueiro Maia – Comissão Comemorativa 50 Anos 25 de Abril	SG da Presidência de Conselho de Ministros	28 151,50	8325,00	30
Portugal Chama 2022 – AGIF		166 186,43	48 568,18	29
Divulgação Prémio Agostinho Roseta	Instituto do Emprego e Formação Profissional	24 028,00	18 000,00	75
Oferta Educativa e Formativa da Casa Pia de Lisboa 2021/2022	Casa Pia de Lisboa	5726,00	0,00	0
Academia da Força Aérea_2022	Centro de Recrutamento da Força Aérea	19 061,66	6061,66	32
Skills Digital 2022	Instituto do Emprego e Formação Profissional	10 898,34	5748,34	53
Repetição da votação C. Eleitoral da Europa – Eleição AR 22		29 366,91	0,00	0
Eleição da Assembleia da República – 2022	SG do Ministério da Administração Interna	182 148,35	29 465,09	16*

FIG. 3 – CAMPANHAS COM INVESTIMENTO TOTAL IGUAL OU SUPERIOR A 5MIL EUROS

Campanha	Entidade	Total (€)	Regional /Local (€)	Regional /Local (%)
Estatuto do Cuidador Informal – COVID-19		404 862,29	262 880,31	<b>65</b>
Estágios ATIVAR.PT – COVID-19		17 322,03	5052,53	<b>29</b>
ATIVAR.PT. COVID-19		98 196,83	11 651,31	<b>12*</b>
MAREEES – COVID-19		12 844,77	6296,23	<b>49</b>
Adaptar os locais de trabalho/proteger os trabalhadores – COVID-19	SG do Min. Do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social	364 673,40	15 628,37	<b>4*</b>
Incentivo ATIVAR.PT – COVID-19		17 207,05	5052,53	<b>29</b>
Prevenção nos Lares – COVID-19		43 844,93	5437,16	<b>12*</b>
Atualização de dados e Promoção dos Serviços Digitais – COVID-19		42 860,16	8665,81	<b>20*</b>
Jovem mais Digital – COVID-19		5344,46	1754,33	<b>33</b>
Resultado 30 de setembro de 2021 e E.volui		15 675,00	5775,00	<b>37</b>
VIII Seminário Nacional Educação e Formação de Adultos		6081,00	1750,00	<b>29</b>
Resultados a 31-12-2021	SG da Educação e Ciência	10 780,00	5780,00	<b>54</b>
Evolui 2.0		7300,00	3100,00	<b>42</b>
Resultados do POCH a 31/03/2022		13 900,00	5100,00	<b>37</b>
Minutos POCH- Um minuto a Evoluir – Segunda Vaga		29 950,00	29 950,00	<b>100</b>
Curso de Formação de Oficiais e Praças		35 094,95	8883,21	<b>25</b>
Curso de Formação de Oficiais, Sargentos e Praças	Centro de Recrutamento da Força Aérea	38 439,00	10 893,14	<b>28</b>
Piloto Regime de Contrato_2022		8794,81	2199,29	<b>25</b>
O Futuro é coletivo	Instituto da Mobilidade e dos Transportes	180 007,82	45 892,92	<b>25</b>
Feira de Hannover 2022		25 000,00	0,00	<b>0**</b>
Feira Hannover 2023		34 900,00	0,00	<b>0**</b>
AICEP – Madrid		37 800,00	0,00	<b>0**</b>
Delegação da AICEP Londres	Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal	20 000,00	0,00	<b>0**</b>
AICEP Espanha		6935,00	0,00	<b>0**</b>
Conferência AICEP 2022 – Exportação & Investimento		6039,00	4039,00	<b>67</b>
Delegação da AICEP Nova Iorque		50 500,00	0,00	<b>0**</b>
Creche Feliz – Rede de Creches Gratuitas	Instituto da Segurança Social, I.P.	67 745,08	19 164,29	<b>28</b>
Promoção da Sardinha	Docapesca	14 128,92	4321,91	<b>31</b>
Feche a Torneira	Águas de Portugal	142 834,43	36 627,26	<b>26</b>
Autoproteção no risco de incêndios rurais	Aut. Nac. De Emergência e Proteção Civil	713 696,90	179 358,44	<b>25</b>
Gestão de Combustível/Limpeza de terrenos		70 225,96	17 598,78	<b>25</b>

\*Investimentos em meios regionais/locais inferior a 25% (incumprimento do n.º 1, do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto).

\*\* As campanhas promovidas pela AICEP, uma vez que se destinam ao estrangeiro, não estão sujeitas à obrigação de investir pelo menos 25 % do total em meios regionais/locais.

Os planos de distribuição das campanhas comunicadas ao longo de 2022 encontram-se detalhados nos relatórios mensais elaborados pela ERC e disponibilizados em:

<https://www.erc.pt/pt/estudos/publicidade--/relatorio-sobre-publicidade-institucional-do-estado/>

De acordo com o exposto, os casos que configuram incumprimento são comunicados ao Tribunal de Contas, nos termos do n.º 3, do artigo 10.º do diploma aplicável.

## 6. ANÁLISE DOS INVESTIMENTOS POR MEIOS

No que respeita à análise da distribuição da publicidade pelos meios, verificou-se que foi abrangido um universo de **561 OCS**, dos quais **502 são regionais e locais**.

A **Imprensa** reflete a maior diversidade, com **277** títulos selecionados, seguindo-se a **Rádio**, com **210**, o **Digital**, com **59** e, por último, a **Televisão**, com **15** serviços de programas contemplados.

Os meios de âmbito regional e local integraram um total de **502 meios**, com destaque para a **Imprensa (248)**, seguindo-se a **Rádio (205)** e ficando em último o **Digital**, com apenas **49**.

FIG. 4 – DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS PELOS MEIOS (N.º)

TIPO	GLOBAL	REGIONAL/LOCAL
IMPRESA	277	248
RÁDIO	210	205
DIGITAL	59	49
TELEVISÃO	15	-
<b>TOTAL</b>	<b>561</b>	<b>502</b>

Relativamente ao montante investido, verifica-se que este foi de cerca de **6,5 milhões de euros**, continuando a ter maior incidência no meio televisivo, que recebeu cerca de **2,47 milhões de euros**.

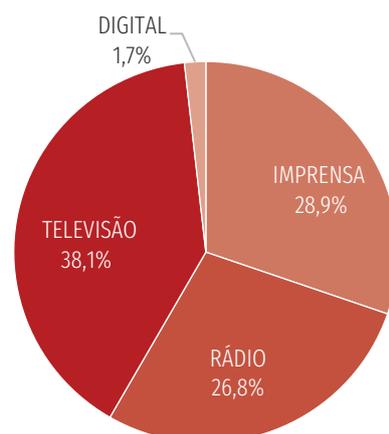
À **Imprensa** foram destinados cerca de **1,87 milhões de euros** e à **Rádio** **1,32 milhões de euros**. Os Outros Meios obtiveram cerca de **292 mil euros** e o **Digital** captou apenas cerca de **110 mil euros**.

No que se refere aos OCS **regionais e locais**, o investimento mais elevado foi destinado à **Rádio**, perto de **1,3 milhões de euros**, seguindo-se a **Imprensa**, com pouco mais de **1 milhão de euros** e, em último, o **Digital** com cerca de **84,3 mil euros**.

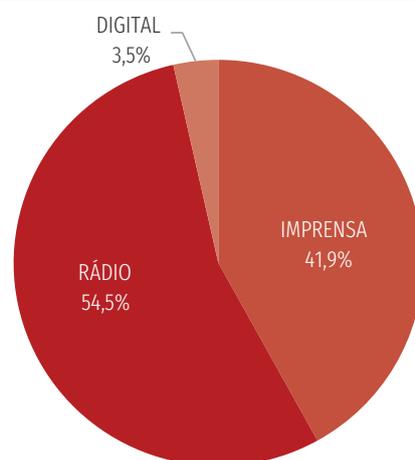
FIG. 5 – DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS PELOS MEIOS (EUROS)

TIPO	GLOBAL	REGIONAL/LOCAL
IMPRESA	1 866 932,82	1 000 099,27
RÁDIO	1 731 880,62	1 299 901,27
TELEVISÃO	2 461 736,88	
DIGITAL	110 150,52	84 267,24
Outros Meios	292 007,85	
<b>TOTAL</b>	<b>6 462 708,69</b>	<b>2 384 267,78</b>

A ponderação percentual dos totais investidos indica a vantagem do meio televisivo, situando-se relativamente próximas a Imprensa e a Rádio.

**FIG.6 – GRÁFICO DE INVESTIMENTO GLOBAL POR TIPO DE MEIOS**

Em relação aos OCS regionais e locais, a Rádio captou mais de metade do total investido, seguiu-se a Imprensa com relativa proximidade e, muito aquém de ambos, situou-se o Digital.

**FIG. 7 – GRÁFICO DE INVESTIMENTO REGIONAL/LOCAL POR TIPO DE MEIOS**

## 7. EVOLUÇÃO DOS INVESTIMENTOS - 2021/2022

Face ao ano anterior embora se registre um aumento do número de campanhas comunicadas, este não se refletiu numa subida dos investimentos, que foram expressivamente menores, tendo ocorrido um decréscimo de cerca de **6 milhões de euros**.

O número total de OCS desceu de **699** para **561**, refletindo igualmente uma menor diversidade na distribuição dos investimentos, nos diversos tipos de meios.

A descida mais expressiva registou-se no número de rádios selecionadas, seguindo-se o Digital, a Imprensa e a Televisão.

FIG. 8 – EVOLUÇÃO 2021/2022 – DIVERSIDADE (NÚMERO)

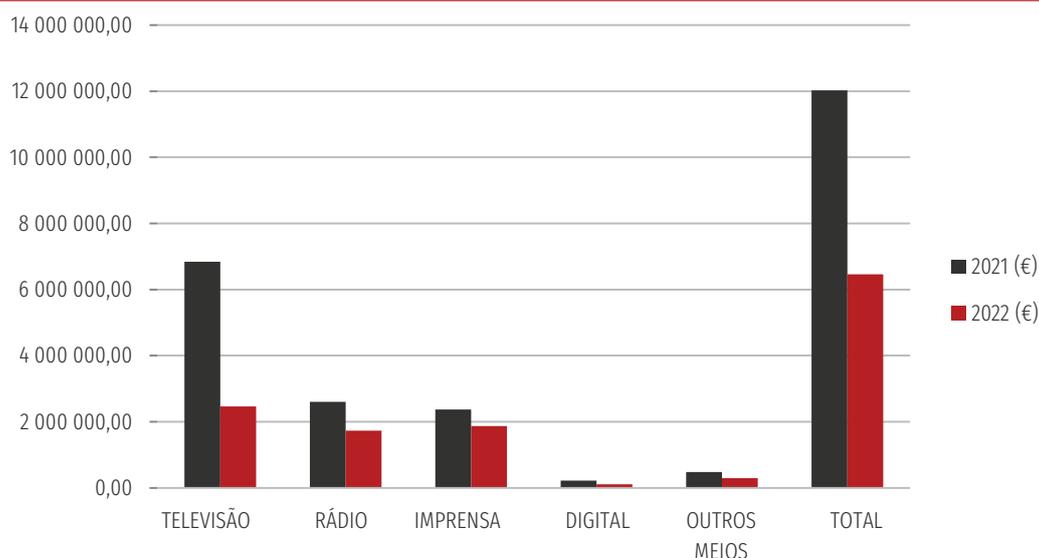
MEIO	2021	2022	2021/2022
TELEVISÃO	23	15	(-) 8
RÁDIO	264	210	(-) 54
IMPRESA	309	277	(-) 32
DIGITAL	103	59	(-) 44
<b>TOTAL</b>	<b>699</b>	<b>561</b>	<b>(-) 138</b>

Em matéria de investimentos, verifica-se que a maior quebra ocorreu no meio televisivo, com um diferencial de cerca de **4,3 milhões de euros**, seguindo-se a Rádio, a Imprensa, os Outros Meios e o Digital.

FIG. 9 – EVOLUÇÃO 2021/2022 – INVESTIMENTOS GLOBAIS (EUROS)

MEIO	2021	2022	2021/2022
TELEVISÃO	6 841 320,10	2 461 736,88	(-) 4 379 583,22
RÁDIO	2 598 027,59	1 731 880,62	(-) 866 146,97
IMPRESA	2 370 674,05	1 866 932,82	(-) 503 741,23
DIGITAL	218 638,36	110 150,52	(-) 108 487,84
OUTROS MEIOS	478 747,77	292 007,85	(-) 186 739,92
<b>TOTAL</b>	<b>12 507 407,87</b>	<b>6 462 708,69</b>	<b>(-) 6 044 699,18</b>

FIG. 10 – GRÁFICO DOS INVESTIMENTOS GLOBAIS POR TIPO DE MEIOS -2021/2022



Relativamente ao número de OCS regionais e locais contemplados com investimentos, registaram-se igualmente descidas, em particular na Rádio, seguindo-se o Digital e, por último, a imprensa em que a diminuição foi menos expressiva.

FIG. 11 – INVESTIMENTOS REGIONAIS/LOCAIS POR TIPO DE MEIOS -2021/2022 (NÚMERO)

MEIO	2021	2022	2021/2022
IMPRESA	265	248	(-) 17
RÁDIO	256	205	(-) 51
DIGITAL	90	49	(-) 41
<b>TOTAL</b>	<b>611</b>	<b>502</b>	<b>(-) 109</b>

No que respeita aos investimentos regionais/locais conclui-se que a descida global atingiu 706 mil euros.

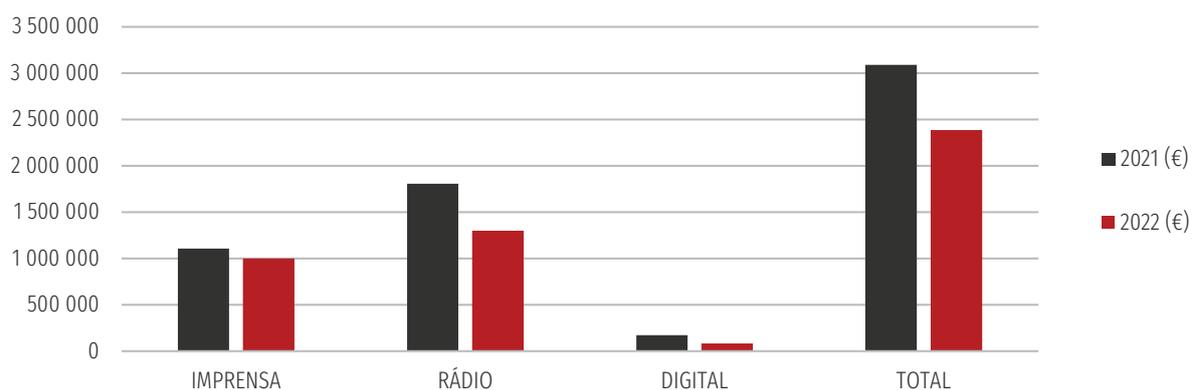
No entanto, o investimento global realizado foi expressivamente menor, tendo-se registado um decréscimo de cerca de 6 milhões (Figuras 8 a 13).

A quebra mais expressiva ocorreu no meio Rádio, superior a meio milhão de euros, seguindo-se a imprensa e o digital com descidas menos significativas.

FIG. 12 – INVESTIMENTOS REGIONAIS/LOCAIS POR TIPO DE MEIOS -2021/2022 (EUROS)

MEIO	2021	2022	2021/2022
IMPRESA	1 107 766,11	1 000 099,27 €	(-) 107 666,84 €
RÁDIO	1 807 507,09	1 299 901,27 €	(-) 507 605,82 €
DIGITAL	175 005,31	84 267,24 €	(-) 90 738,07 €
<b>TOTAL</b>	<b>3 090 278,51</b>	<b>2 384 267,78 €</b>	<b>(-) 706 010,73 €</b>

FIG. 13 – INVESTIMENTOS REGIONAIS/LOCAIS POR TIPO DE MEIOS -2021/2022 (EUROS)



No âmbito desta análise, importa ainda referir que, em 2021, em contexto de pandemia COVID19, a Rádio foi o tipo de meio mais favorecido, dada a urgência da divulgação das mensagens relacionadas com o tema da pandemia.



## Morada

Avenida 24 de Julho, n.º 58  
1200-869 Lisboa

## Contatos

**Tel:** +351 210 107 000  
**Fax:** +351 210 107 019  
**Geral:** [info@erc.pt](mailto:info@erc.pt)