



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Deliberação

ERC/2022/158 (PUB)

Publicidade Institucional do Estado – Campanha “Eleições Assembleia da República 2022”, promovida pela Secretaria-Geral do Ministério da Administração Interna — Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto

Lisboa
25 de maio de 2022

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação ERC/2022/158 (PUB)

Assunto: Publicidade Institucional do Estado – Campanha “Eleições Assembleia da República 2022”, promovida pela Secretaria-Geral do Ministério da Administração Interna — Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto

1. Enquadramento

1.1. Nos termos da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, os serviços da administração direta do Estado, os institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial devem comunicar à Entidade Reguladora para a Comunicação Social as despesas com a aquisição de espaço publicitário para a realização de campanhas de publicidade institucional do Estado.

1.2. Compete à ERC 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, de acordo com o disposto no artigo 8.º deste diploma.

2. Factos

2.1. A Secretaria-Geral do Ministério da Administração Interna (doravante, SGMAI) comunicou à ERC, através da Plataforma Digital, as despesas relativas à campanha de publicidade institucional do Estado “Eleições Assembleia da República 2022”.

2.2. As despesas comunicadas atingiram o montante de **182 148, 34 euros**, dos quais **29 465,09 €** se destinaram a meios regionais/locais (Fig.1).

2.3. A campanha decorreu entre 27 de dezembro de 2021 e 28 de janeiro de 2022, tendo o procedimento de comunicação à ERC, sido iniciado no dia 18 de fevereiro de 2022.

2.4. A SGMAl enviou ainda a documentação de suporte, designadamente o Contrato Nova Expressão — Planeamento de Media e Publicidade, S.A., bem como o Plano da execução da campanha, e a fatura de despesa de distribuição pelos meios, emitida pela referida empresa.

Fig. 1 — Plano de distribuição da campanha “Eleições Assembleia da República 2022”

| Órgão de comunicação social | Âmbito geográfico | Tipo | Montante € |
|-----------------------------|-------------------|------------------|---------------------|
| TVI | Nacional | TV | 148 126,97 € |
| TVI (<i>site</i>) | | | 21,68 € |
| TVI Internacional | | | 4 534,60 € |
| O Tabuense | Regional/Local | Imprensa | 1 777,24 € |
| Expresso de Fafe | | | 591,42 € |
| Voz de Mira | | | 301,36 € |
| Penafidense, O | | | 1 008,13 € |
| Basto, O | | | 301,22 € |
| Criativa Magazine | | | 2 033,90 € |
| Jornal de Oleiros | | | 991,22 € |
| Prismafra | | | 751,20 € |
| Voz de Fermentões | | | 1 612,07 € |
| Breves, O | | | 3 909,11 € |
| Alvaizerense, O | | | 1 053,66 € |
| Tribuna Valpacense | | | 480,00 € |
| Timoneiro | | | 1 463,41 € |
| Luz da Serra | | | 301,22 € |
| Pinheirinho, O | | | 1 163,59 € |
| O Jornal de Proença | | | 256,91 € |
| Rádio Clube | | | 18,77 € |
| Rádio Montanha | | | 2 977,60 € |
| Rádio Insular | | | 1 056,38 € |
| Top Rádio | | | 1 056,38 € |
| Top FM — Praia da Vitória | 1 056,39 € | | |
| Rádio Horizonte | 1 056,39 € | | |
| Beira Alta TV | Digital | 451,22 € | |
| Jornal Saloio | | 676,42 € | |
| ADN — Agência de Notícias | | 751,22 € | |
| PombalTV | | 451,22 € | |
| Notícias de Leiria | | 1 246,22 € | |
| Almadense | | 671,22 € | |
| | | OCS TOTAL | 182 148,34 € |

| | | |
|--|--------------------|-------------|
| | OCS REGIONAL/LOCAL | 29 465,09 € |
| | OCS REGIONAL/LOCAL | 16,2% |

3. Análise

3.1. Analisada a comunicação e a respetiva documentação de suporte anexada, constatou-se que a campanha decorreu entre 27 de dezembro de 2021 e 28 de janeiro de 2022, no entanto, a primeira versão da submissão da comunicação à ERC, teve início no dia 18 de fevereiro de 2022.

3.2. Assim, nesta situação verifica-se indício de incumprimento do disposto no n.º 1 do artigo 7.º, da Lei n.º 95/2014, de 17 de agosto, que refere que «[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».

3.3. Acresce ainda que, no conjunto dos documentos enviados à ERC pela SGMAI, consta comprovativo do plano de distribuição executado, emitido pela empresa Nova Expressão, datado de 7 de fevereiro de 2022.

3.4. Mais se constatou que se indicia irregularidade face ao cumprimento do no n.º 1, do artigo 8.º do referido diploma, conjugado com as alterações introduzidas pelo artigo 432.º da Lei n.º 75-B/2020, de 31 de dezembro (Orçamento do Estado para 2021), o qual prevê que «[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€».

3.5. Na sequência do exposto, a ERC notificou a entidade (Of.º N.º SAI/ERC/2022/3848), a fim de se pronunciar, e cuja resposta deu entrada, no dia 2 de maio de 2022, e na qual declara:

Nos termos da Resolução de Conselhos de Ministros n.º 38-B/2020, de 19 de maio que concedeu apoio do Estado aos meios de comunicação social no âmbito da pandemia Covid 19, a Secretaria-Geral do Ministério da Administração Interna (SGMAI), foi autorizada a adquirir tempo e espaço para difusão de ações de publicidade institucional no âmbito da pandemia COVID 19, até ao valor global de 1.500.000€.

Em resultado desta determinação, a SGMAI contratualizou 1.499.299,99€, com a seguinte distribuição:

Meios de comunicação social de âmbito Nacional – 1.124.999,99€ (75%)

Meios de comunicação social de âmbito Regional ou Local - 374.300,00 € (25%).

Decorrente desta contratualização, foram realizadas diversas campanhas de publicidade institucional, tendo a campanha de divulgação “**Eleição da Assembleia da República 2022**”, ocorrido entre 29 de dezembro de 2021 e 28 de janeiro de 2022, esgotado o saldo que a SGMAI ainda dispunha nos Órgãos de Comunicação Nacionais e nos Meios de Comunicação Regionais e Locais.

E acrescenta:

Conforme referido no ponto anterior a campanha de divulgação “**Eleição da Assembleia da República 2022**”, foi realizada no âmbito da RCM 38-B/2020, de 19 de maio, que estabeleceu um regime excecional e temporário, e que determinou a antecipação de 100% do pagamento do preço contratual aos meios de Comunicação Social, não obstante as campanhas de publicidade institucional poderem ser realizadas ao longo de 18 meses, contados a partir da outorga dos respetivos contratos, cujo prazo limite era março de 2022.

Assim, face ao carácter excecional acima referido, todo o planeamento das campanhas de publicidade institucional realizou-se em fase posterior ao pagamento efetuado aos diversos Órgãos de Comunicação Social atribuídos à SGMAI, impossibilitando desta forma o cumprimento do prazo previsto no n.º 1 do artigo 7.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto pela SGMAI.

3.6. De facto, a Lei n.º 95/2015, determina que a afetação da percentagem de 25% deve ser calculada com base no valor unitário global de cada campanha de publicidade, desde que atingido um montante de cinco mil euros, conforme referido no ponto 3.4 e não num determinado conjunto de campanhas.

3.7. Assim, no caso em apreço, o valor unitário total da campanha foi de 182 148,34 €, destinando-se 29 465,09 €, a órgãos de comunicação social e local, de que resulta um valor percentual de 16,2%, expressivamente inferior à proporção mínima prevista no diploma.

3.8. Em suma, ainda que atendendo às alegações da entidade, nomeadamente quanto ao facto de o investimento distribuído pelos diversos meios, se conformou ao saldo de que ainda dispunha a SGMAI, no âmbito da RCM n.º 38-B/2020, de 19 de maio, conclui-se que existe matéria indiciadora de incumprimento dos deveres previstos nos artigos 7.º e 8.º da legislação

aplicável, impondo-se a comunicação dos factos ao Tribunal de Contas, de acordo com as competências atribuídas à ERC, no n.º 3 do artigo 10.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

4. Deliberação

4.1. Analisados os factos, e constatando-se que a campanha se realizou em dezembro de 2021 e janeiro de 2022, e foi comunicada em março de 2022, após o seu termo, confirma-se irregularidade face ao disposto no n.º 1 do artigo 7.º da Lei n.º 95/2105, de 17 de agosto, o qual determina que «[a] aquisição de espaço publicitário prevista na presente lei deve ser comunicada pela entidade promotora à Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) até 15 dias após a sua contratação, através do envio de cópia da respetiva documentação de suporte.»

4.2. Conclui-se ainda que a campanha de publicidade institucional do Estado “Eleição da Assembleia da República 2022”, comunicada pela SGMAI, não afetou um mínimo de 25% a meios regionais e locais, estando irregular face ao dever previsto no n.º 1, do art.º 8º, da referida norma.

4.3. Pelo que antecede, o Conselho delibera a comunicação dos factos ao Tribunal de Contas, nos termos do disposto no n.º 3 do artigo 10.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

Lisboa, 25 de maio de 2022

O Conselho Regulador,

Sebastião Póvoas

Francisco Azevedo e Silva

500.10.08/2022/48
EDOC/2022/2700



Fátima Resende

João Pedro Figueiredo