



RELATÓRIO MARÇO 2020

## **FICHA TÉCNICA**

**Título:** Relatório sobre Publicidade Institucional do Estado - março 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, maio de 2020

## 1. NOTAS PRÉVIAS

A Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, estabelece 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 pelos órgãos de comunicação social locais e regionais.

À Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) compete, nos termos do disposto nos números 1 e 2 do artigo 10.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, verificar e fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e transparência previstos na lei, sobre as campanhas de Publicidade Institucional do Estado, bem como a aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional em cada campanha.

Estão abrangidos por este diploma os serviços da administração direta do Estado, os institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial do Estado.

As referidas entidades devem comunicar à ERC as despesas de aquisição de espaço publicitário para a realização de campanhas de publicidade institucional do Estado, «até 15 dias após a sua contratação, através do envio de cópia da respetiva documentação de suporte», em conformidade com o artigo 7.º da referida lei.

No cumprimento do disposto no artigo 11.º do referido normativo, a ERC elabora relatórios mensais, divulgados no sítio eletrónico desta entidade, a partir da informação inserida no Portal Digital de Publicidade Institucional do Estado, pelas entidades promotoras das campanhas.

## 2. CAMPANHAS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

No mês de março de 2020, foram validadas seis campanhas promovidas por 4 entidades (Figura 1).

ENTIDADE	CAMPANHA	INVESTIMENTO
Agência para a Gestão Integrada dos Fogos Florestais (AGIF)	Portugal Chama 2020	63 357,99 €
Ministério da Defesa Nacional	Campanha de Atração	4 013,00 €
	Recrutamento Força Aérea	11 815,00 €
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, I.P.	APP Natural Trails	450,00 €
Direção Regional de Cultura do Alentejo	Roteiro Cultural	3 024,00 €
	Agenda Cultural	3 000,00 €
		<b>TOTAL 85 659,99 €</b>

Fig. 1 – Campanhas comunicadas e validadas no mês de março de 2020

### 3. DISTRIBUIÇÃO DAS CAMPANHAS PELOS MEIOS

#### 3.1. Campanhas de valor igual ou superior a quinze mil euros [Artigo 8.º]

Nos termos do artigo 8.º do diploma aplicável, «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 € 15 000».

No período em análise foi comunicada à ERC uma campanha de publicidade institucional do Estado, promovida pela Agência para a Gestão Integrada dos Fogos Florestais, designada “Portugal Chama 2020”.

A distribuição da campanha pelos meios envolveu um investimento total de 63 357,99 €, dos quais 31 137,10 € fora distribuídos em meios regionais e locais, verba que corresponde a um valor percentual de 49,1%, situando-se muito acima do mínimo legalmente exigido.

Na figura 2 são apresentados em detalhe os meios de comunicação social utilizados nesta campanha, bem como os respetivos investimentos.

Analisando a distribuição pelos diversos tipos de meios, verifica-se que a rádio foi o meio mais escolhido com um valor percentual de 28,5%, por ser o meio mais adequado e imediato para fazer chegar a mensagem às populações que se pretende alcançar. A imprensa obteve o restante percentual de 20,6%.

**Entidade: AGIF**

**Campanha: Portugal Chama 2020**

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Meio	Investimento
SIC			10 917,94 €
TVI		Televisão	4 197,62 €
RTP 1			9 013,63 €
Correio da Manhã TV			3 823,35 €
Antena 1	Nacional		908,80 €
Antena 3			297,36 €
RR		Rádio	314,06 €
RFM			633,75 €
Rádio Comercial			864,38 €
Correio da Manhã		Imprensa	1 250 €
M80 Rádio			4 540,56 €
TSF			2 280,96 €
Mega Hits			321,25 €
Cidade FM Lisboa			1 262,50 €
Smooth FM Lisboa	Regional/Local	Rádio	875,00 €
Rádio Valdevez			228,00 €
Rádio Antena Minho			480,00 €
Rádio Brigantia			402,00 €
RACAB - Rádio Castelo Branco			282,00 €

Rádio Limite			240,00 €
Chaves FM			216,00 €
Radio Cova da Beira			546,00 €
Rádio Altitude			264,00 €
Rádio Terra Quente			630,00 €
Terra Nova			504,00 €
Rádio Vale do Minho			306,00 €
Radio Fóia			396,00 €
Rádio Festival			1 899,08 €
Rádio D. Fuas	Regional/Local	Rádio	360,00 €
Rádio Clube da Feira			432,00 €
RCS-Rádio Cultura de Seia			264,00 €
Rádio Douro FM			276,00 €
Rádio Cidade de Tomar			300,00 €
Rádio Torre de Moncorvo			180,00 €
Rádio Geice			360,00 €
Rádio Voz do Marão			228,00 €
<hr/>			
Diário de Aveiro			760,35 €
Beira Vouga - Imprensa			408,25 €
Jornal Sudoeste			450,00 €
Correio do Minho			402,50 €
Diário do Minho			400,00 €
Terras do Homem			180,00 €
Jornal de Vieira			187,50 €
Jornal Nordeste			247,50 €
Mensageiro de Bragança			300,00 €
Jornal do Fundão	Regional/Local		903,00 €
Reconquista		Imprensa	700,00 €
Notícias da Covilhã			260,00 €
Terras da Beira			369,00 €
Guarda, A			230,00 €
Porta da Estrela			270,00 €
Portomosense			296,40 €
A Verdade			368,75 €
O Templário			345,00 €
Notícias de Ourém			210,00 €
A Aurora do Lima			518,00 €
Notícias dos Arcos			370,00 €
Alto Minho			720,00 €
Notícias da Barca			290,00 €
Voz de Trás-os-Montes			663,00 €
Voz de Chaves			575,00 €
Notícias de Aguiar			275,00 €
Jornal do Centro			825,00 €
Diário de Viseu			650,00 €
Notícias de Castro Daire	Regional/Local		170,00 €

Notícias da Beira Douro		250,00 €
Notícias de Lafões	Imprensa	280,00 €
Planalto Barrosão		189,50 €
<b>Total</b>		<b>63 357,99 €</b>
<b>Total OCS regionais/locais</b>		<b>31 137,10 €</b>

Fig. 2 – Planos de distribuição das campanhas de valor igual ou superior a quinze mil euros

### 3.2. Campanhas de valor inferior a quinze mil euros

No mês de março de 2020, foram comunicadas 5 campanhas de publicidade institucional do Estado que não atingiram quinze mil euros de investimento na aquisição de espaços publicitários, pelo que não se aplica a obrigação prevista no artigo 8.º da Lei.

O investimento global destas campanhas atingiu 22 302,00 €, dos quais 6 024,00 € foram destinados a meios regionais, o que corresponde a uma parcela percentual de 27%.

Na figura 3, são indicados os órgãos de comunicação social, os respetivos investimentos e o valor unitário de cada campanha.

<b>Entidade: Ministério da Defesa Nacional</b>			
<b>Campanha: Campanha de Atração</b>			
<b>Órgão de comunicação social</b>	<b>Âmbito geográfico</b>	<b>Meio</b>	<b>Investimento</b>
Correio da Manhã		Imprensa	2 000,00 €
Record	Nacional	Digital	1 600,00 €
Sapo			413,00 €
<b>Total</b>			<b>4 013,00 €</b>
<b>Total OCS regionais/locais</b>			<b>00,00 €</b>
<b>Campanha: Recrutamento Força Aérea</b>			
Outdoor			2 070,00 €
Multibanco			7 000,00 €
Aeroplano	Outros meios		1 995,00 €
O Especialista (Newsletter)			750,00 €
<b>Total</b>			<b>11 815,00 €</b>
<b>Total OCS regionais/locais</b>			<b>00,00 €</b>
<b>Entidade: Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, I.P.</b>			
<b>Campanha: APP Natural Trails</b>			
<b>Órgão de comunicação social</b>	<b>Âmbito geográfico</b>	<b>Meio</b>	<b>Investimento</b>
Diário de Notícias	Nacional	Imprensa	450,00 €
<b>Total</b>			<b>450,00 €</b>
<b>Total OCS regionais/locais</b>			<b>00,00 €</b>

Entidade: Direção Regional de Cultura do Alentejo

Campanha: Roteiro Cultural

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Meio	Investimento
Rádio Diana	Regional	Rádio	3 024,00 €
<b>Total</b>			<b>3 024,00 €</b>
<b>Total OCS regionais/locais</b>			<b>3 024,00 €</b>

Campanha: Agenda Cultural

Diário do Sul	Regional	Imprensa	3 000,00 €
<b>Total</b>			<b>3 000,00 €</b>
<b>Total OCS regionais/locais</b>			<b>3 000,00 €</b>

Fig. 3 – Planos de distribuição das campanhas de valor inferior a quinze mil euros

## 4. ANÁLISE DOS INVESTIMENTOS

### 4.1. Investimentos globais

O investimento global das campanhas comunicadas atingiu 85 659,99 €, este valor inclui os investimentos efetuados em órgãos de comunicação social, bem como os investimentos em outros meios, tais como *Outdoors*, Multibanco e meios aéreos.

O maior investimento destinou-se à Televisão que recebeu 27 952, 54 €, seguindo-se a Rádio, 24 115,70 €, a Imprensa, 21 363,75 € e, por fim, o meio Digital 413,00 €.

Foram destinados 11 815,00 € a outros suportes de divulgação que, ainda que não se enquadrem na definição de órgãos de comunicação social, são considerados no valor unitário das campanhas e para efeitos do cálculo da percentagem de 25% de afetação em meios regionais e locais.

Em termos de valores percentuais verifica-se que a Televisão, a Rádio e a Imprensa apresentam níveis aproximados, por sua vez o meio digital registou um valor pouco expressivo (figura 4).

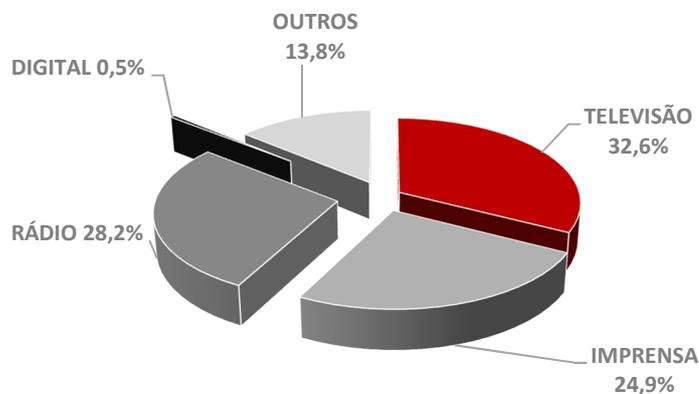


Fig. 4 – Distribuição do investimento por Meios (%)

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

Os investimentos em meios regionais e locais atingiram o montante de 37 161,10 €, que corresponde a um volume percentual de 43,4%.

Verifica-se que, no mês em análise, o valor investido nestes meios está mais próximo do montante destinado aos meios nacionais (figura 5).

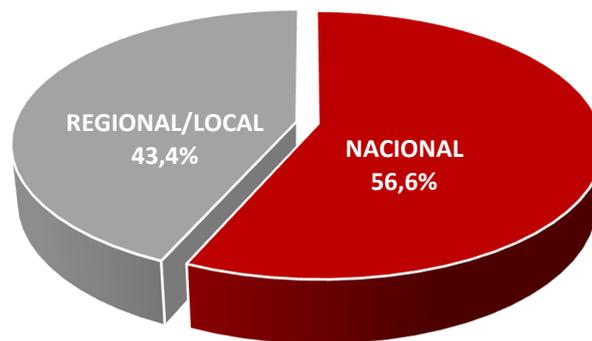


Fig. 5 – Distribuição do investimento por âmbito geográfico (%)

No que se refere à distribuição das verbas atribuídas aos meios de comunicação social de âmbito regional/local, foram selecionados os meios Rádio e Imprensa.

À Rádio foi destinado o investimento mais expressivo, cerca de 21 mil euros, seguindo-se a Imprensa com pouco mais de 16 mil euros.

As referidas verbas correspondem a percentagens de 43,2% e de 56,8%, respetivamente (figura 6).

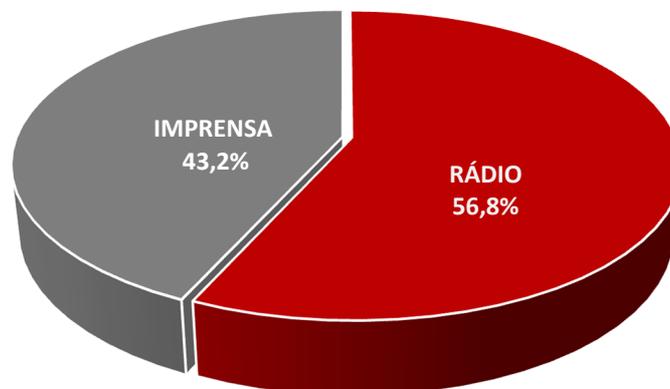


Fig. 6 – Distribuição do investimento por Meios Regionais e Locais (%)

## 6. Evolução dos investimentos fevereiro 2020 – março 2020

Os investimentos mensais continuam a revelar valores bastante instáveis que se refletem em curvas de variação de certa amplitude.

Em fevereiro os valores comunicados tiveram quedas significativas, contudo, no mês de março, voltou a registrar-se uma expressiva subida, quer do investimento global, quer do montante destinado aos meios regionais/locais (figura 7).

<b>Meses</b>	<b>Total</b>	<b>OCS regional/local</b>
<b>Fevereiro 2020</b>	12 275,00 €	9 000,00 €
<b>Março 2020</b>	85 659,99 €	37 161,10 €
<b>Variação</b>	<b>+ 73 384,99 €</b>	<b>+ 28 161 €</b>

Fig. 7 – Evolução dos investimentos – fev 2020 /mar 2020

No que respeita em particular aos meios regionais/locais o aumento de investimentos foi superior a 28 mil euros, o que merece nota positiva no mês em análise.

**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>**