



RELATÓRIO ANO 2019

FICHA TÉCNICA

Título:

Relatório sobre Publicidade Institucional do Estado em 2019

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

Supervisão:

Celeste Grácio, Diretora do Departamento de Supervisão da ERC

Autoria:

Ângela Nobre, Técnica do Departamento de Supervisão da ERC

Conceção Gráfica:

Departamento de Supervisão e Área de Comunicação e Relações Exteriores da ERC

Lisboa, maio de 2020

ÍNDICE

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO EM 2019

1. VISÃO GLOBAL.....	1
2. ENQUADRAMENTO LEGAL.....	1
3. INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES.....	2
4. CAMPANHAS COM INVESTIMENTOS IGUAIS OU SUPERIORES A 15 MIL EUROS.....	5
5. ANÁLISE DOS INVESTIMENTOS COMUNICADOS – EVOLUÇÃO 2108/2019.....	7

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.

O referido diploma atribui à ERC competências para verificar e fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e da aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional.

As aquisições de espaço publicitário para divulgação de publicidade institucional do Estado são comunicadas à ERC na plataforma “Publicidade Institucional do Estado”, através da qual também é inserida pelas entidades a documentação de suporte, comprovativa das despesas de distribuição das campanhas.

No ano 2019, foram comunicadas na Plataforma Digital da ERC 116 campanhas de publicidade institucional do Estado, promovidas por 23 entidades.

Os investimentos comunicados pelas entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado atingiram o montante global anual de 3 364 325,43 €.

Aos meios de comunicação social regionais e locais foi destinada uma verba de 744 341,47 €, o que corresponde a um valor percentual de 22,1% do total anual investido na aquisição de espaços publicitários.

Importa assinalar o aumento significativo do investimento total comunicado em publicidade institucional do Estado, em relação a 2018, que registou um acréscimo **superior a dois milhões de euros**.

No que respeita aos meios de comunicação social regionais e locais, por comparação com o ano anterior, cujo investimento foi de 309 804,68 €, registou-se, em 2019, um aumento próximo de **meio milhão de euros**.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

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, em território nacional, através dos órgãos de comunicação social locais e regionais.

A ERC é competente para fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e transparência previstos sobre as campanhas de publicidade institucional do Estado e, ainda, 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 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 deste diploma.

No que respeita à distribuição da publicidade institucional do Estado, o normativo em referência prevê ainda, no n.º 1 do artigo 8.º, que «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 do Estado de valor unitário igual ou superior a € 15 000».

Importa salientar que à ERC não é atribuída competência sancionatória nesta matéria, cabendo-lhe o dever de comunicar ao Tribunal de Contas os casos de incumprimento da norma em causa, de acordo com o disposto no artigo n.º 3 do artigo 10.º da lei em apreço.

A ERC elabora relatórios mensais sobre as campanhas de publicidade institucional do Estado, que publica no seu *website*, no cumprimento do disposto no n.º 1 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, 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, adicionando ainda a necessária documentação comprovativa do investimento.

O presente Relatório analisa os investimentos comunicados à ERC, no ano 2019, e a sua conformidade com a norma aplicável à publicidade institucional do Estado, apresentando também uma análise comparativa em relação aos investimentos comunicados em 2018.

3. INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES

Os investimentos comunicados pelas entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado atingiram o montante global de **3 364 325,43 €**, no ano 2019. A parcela de investimento destinada a meios regionais e locais atingiu **744 341,47 €**, o que corresponde a um valor percentual de **22,1%** do total anual investido na aquisição de espaços publicitários.

Foram comunicadas **116** campanhas de publicidade institucional do Estado promovidas por **23** entidades abrangidas. A figura 1 contém os investimentos totais comunicados por cada entidade ao longo do ano 2019, bem como os investimentos que as mesmas efetuaram em órgãos de comunicação social de âmbito regional e local.

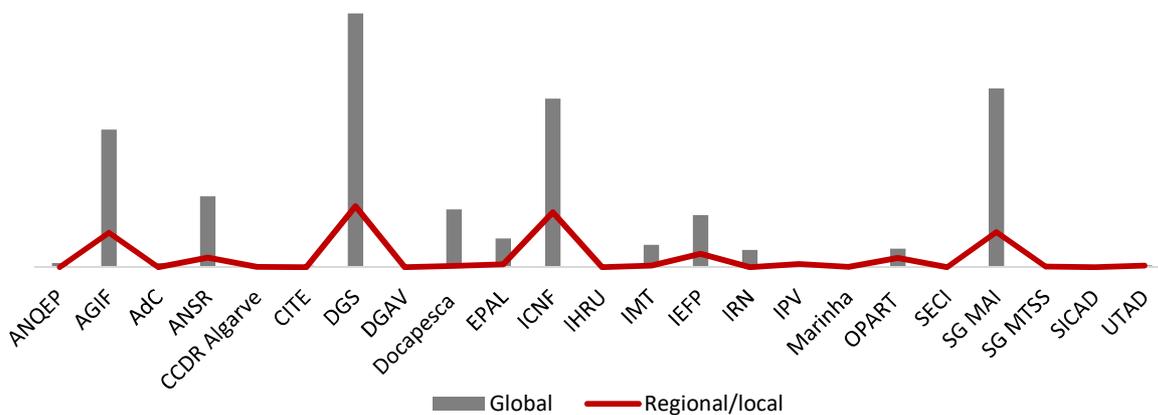
A Direção-Geral da Saúde foi a entidade que comunicou o mais elevado investimento nas 6 campanhas que promoveu, 829 967,64€, tendo igualmente a meios de comunicação social de âmbito regional e local destinado a verba mais elevada, 198 889,37 €.

Por sua vez, o Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas foi a entidade que comunicou o mais significativo investimento em meios regionais/locais numa única campanha, cerca de 180 mil euros.

Fig. 1 – Investimentos comunicados pelas entidades (€)

Entidade	Campanhas (n.º)	Global	Regional/local
Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional (ANQEP)	1	13 800,00	0,00
Agência para a Gestão Integrada dos Fogos Florestais (AGIF)	1	449 246,69	112 228,40
Agência para o Desenvolvimento e Coesão (AdC)	1	13 812,50	0,00
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	3	231 135,00	30 553,92
Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve (CCDR Algarve)	3	478,00	335,00
Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE)	8	4 611,00	0,00
Direção-Geral da Saúde (DGS)	6	829 967,64	198 889,37
Direção-Geral de Alimentação e Veterinária (DGAV)	1	20 632,02	0,00
Docapesca - Portos e Lotas	5	188 707,71	3 720,00
Empresa Portuguesa das Águas Livres (EPAL)	13	93 635,16	9 202,99
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas (ICNF)	1	550 600,00	179 036,63
Instituto da Habitação e Reabilitação Urbana (IHRU)	1	1 630,00	0,00
Instituto da Mobilidade e dos Transportes (IMT)	2	72 836,98	4 805,81
Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP)	1	169 723,34	43 899,94
Instituto dos Registos e do Notariado (IRN)	4	56 397,27	0,00
Instituto Politécnico de Viseu (IPV)	13	9 748,90	9 748,90
Marinha Portuguesa	2	990,00	490,00
OPART - Organismo de Produção Artística	10	60 109,96	29 729,96
Secretaria de Estado para a Cidadania e a Igualdade (SECI)	1	1 500,00	0,00
Secretaria- Geral do Ministério da Administração Interna (SG MAI)	4	584 185,39	114 373,57
Secretaria- Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social (SG MTSS)	24	3 695,97	2 301,98
Serviço de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e nas Dependências (SICAD)	1	350,00	0,00
Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD)	10	6 525,00	5 025,00
TOTAL	116	3 364 325,43	744 341,47

Fig. 2 – Investimentos comunicados pelas entidades



As campanhas de publicidade institucional 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.

No ano 2019, foram comunicadas 18 campanhas de publicidade realizadas com recurso a agências de publicidade. A agência mais presente foi a Nova Expressão, à qual foram adjudicadas 7 campanhas, seguindo-se a BBZ, à qual foram atribuídas 5 campanhas de publicidade institucional do Estado.

Fig. 3- Campanhas de publicidade institucional do Estado adjudicadas a agências

Entidade	Campanha	Agência de publicidade
AGIF-Agência para a Gestão Integrada dos Fogos Rurais	Portugal Chama	OMD Portugal Group
Direção-Geral de Alimentação e Veterinária	Abandono de animais de companhia	Alfa Gama Beta
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária	Natal e Ano Novo 2018/2019	Ground Value
	Prevenção Rodoviária Páscoa de 2019	Universal McCann Connections
	Duas ou quatro rodas	Nova Expressão
Direção-Geral da Saúde	Plano de Contingência	BBZ
	Vacinação contra a Gripe	BBZ
	Vacinação contra o Sarampo	BBZ
	Coma melhor	Nova Expressão
	Siga o Assobio	Nova Expressão
	Qual a sua atividade física?	MEDIA GATE
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas	Redução de incêndios rurais	Nova Expressão
Instituto do Emprego e Formação Profissional	Igualdade Salarial entre Mulheres e Homens	Nova Expressão
Instituto da Mobilidade e dos Transportes	IMT Online	Nova Expressão
Secretaria-Geral do Ministério da Administração Interna	Eleição Legislativa - R. Aut.da Madeira 2019	BBZ
	Eleição Assembleia da República 2019	BBZ
	A bebedeira passa. O resto não	Nova Expressão
	Eleições Parlamento Europeu 2019	Meo

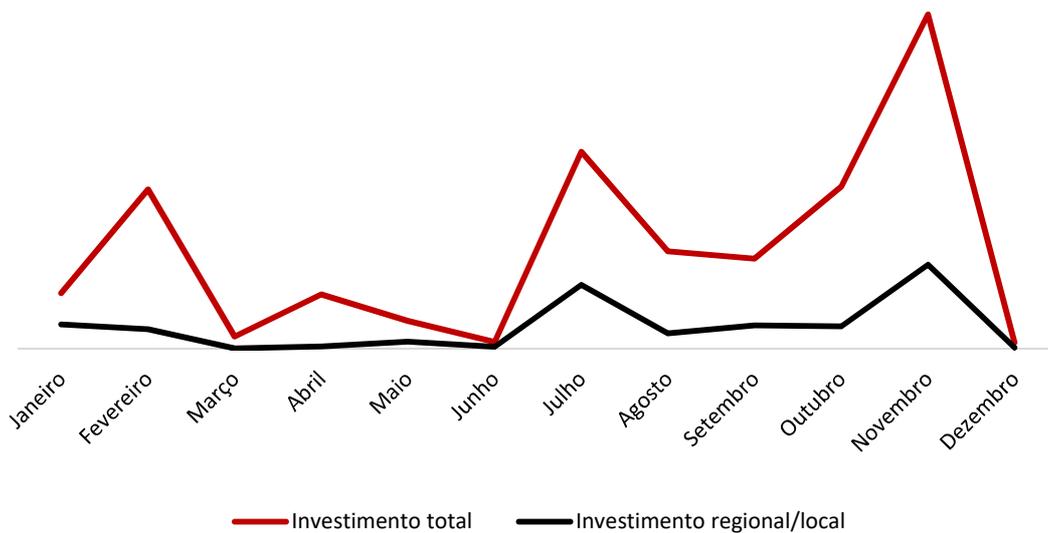
No que se refere aos investimentos comunicados por mês verifica-se uma grande instabilidade, destacando-se o mês de novembro, no decorrer do qual os investimentos comunicados ultrapassaram 900 mil euros. Seguiu-se julho, ao longo do qual foram comunicados investimentos superiores a 550 mil euros, outubro que ultrapassou os 450 mil euros.

Os meses de maiores investimentos foram marcados por campanhas de grande dimensão.

Fig. 4 – Investimentos comunicados por mês [€]

2019	Investimento total	Investimento regional/local
Janeiro	155 644,29	67 964,94
Fevereiro	445 461,76	54 972,70
Março	34 586,02	1 275,00
Abril	151 678,47	6 641,20
Maio	78 324,00	19 737,52
Junho	19 396,53	5 565,20
Julho	550 870,00	179 076,63
Agosto	272 685,46	43 503,97
Setembro	252 052,88	65 752,50
Outubro	452 932,33	62 526,40
Novembro	933 373,30	234 595,41
Dezembro	17 320,39	2 730,00

Fig. 5 – Investimentos comunicados por mês – Ano 2019



4. CAMPANHAS COM INVESTIMENTOS IGUAIS OU SUPERIORES A 15 MIL EUROS

Nos termos do n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, «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».

Importa ainda referir que, de acordo com o n.º 2 do artigo 10.º, «não é permitido o pagamento de campanhas de publicidade institucional sem que a respetiva despesa esteja antecipadamente registada na ERC e sem que esteja cumprido o disposto no artigo 8.º».

No ano 2019, foram comunicadas **20** campanhas de publicidade institucional do Estado que envolveram investimentos **superiores a 15 mil euros** na aquisição de espaços publicitários.

O valor total das campanhas abrangidas pelo art.º 8.º da citada norma atingiu o montante de **2 973 536,37 €**, tendo sido destinada uma percentagem média de **23%** deste valor a meios regionais e locais.

No âmbito da verificação do investimento em meios regionais e locais das campanhas comunicadas, foram identificadas **10 situações** em que não foi investida a parcela de 25% do valor unitário da campanha em órgãos de comunicação social regionais e locais, tal como determina o artigo 8.º da legislação aplicável.

As situações irregulares detetadas motivaram a comunicação da ERC ao Tribunal de Contas, no cumprimento do dever atribuído a esta Entidade, previsto no n.º 3 do artigo 10.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

Fig. 6 - Campanhas abrangidas pelo artigo 8.º, da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto

Entidade	Campanha	Global (€)	Regional/local (€)	Regional/local
Agência para a Gestão Integrada dos Fogos Rurais	Portugal Chama	449 246,59	112 228,40	25,0%
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária	Prevenção Rodoviária Páscoa de 2019	19 396,53	5 565,20	28,7%
	Duas ou quatro rodas, há espaço para todos	74 990,00	18 747,52	25,0%
	Natal e Ano Novo 2018/2019	136 748,47	6 241,20	4,6%
Direção-Geral de Alimentação e Veterinária	Abandono de animais de companhia	20 632,02	0,00	0,0%
	Plano de Contingência	75 861,48	5 257,32	6,9%
	Vacinação contra a Gripe	111 003,60	8 720,62	7,9%
Direção-Geral da Saúde	Vacinação contra o Sarampo	131 401,74	9 078,99	6,9%
	Coma melhor	178 163,06	45 000,00	25,3%
	Siga o assobio	212 626,14	63 802,50	30,0%
	Qual a sua atividade física?	120 911,62	67 029,94	55,4%
EPAL	EPAL 150 Anos	33 654,67	0,00	0,0%
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas	Redução de incêndios rurais	550 600,00	179 036,63	32,5%
Instituto do Emprego e Formação Profissional	Igualdade salarial entre Mulheres e Homens	169 723,34	43 899,94	25,9%
Instituto da Mobilidade e dos Transportes	IMT Online	71 946,98	3 915,81	5,4%
Instituto dos Registos e do Notariado (IRN)	CC Online	32 444,74	0,00	0,0%
Secretaria- Geral do Ministério da Administração Interna	Eleição Legislativa - Madeira 2019	47 302,07	18 854,24	39,9%
	Eleição Assembleia da República 2019	250 026,32	55 187,83	22,1%
	A bebedeira passa, O resto não	54 425,00	6 812,50	12,5%
	Eleições Parlamento Europeu 2019	232 432,00	33 519,00	14,4%
TOTAL		2 973 536,37	682 897,64	23,0%

5. ANÁLISE DOS INVESTIMENTOS COMUNICADOS – EVOLUÇÃO 2108/2019

Os investimentos na aquisição de espaços publicitários comunicados em 2019, envolveram **278** órgãos de comunicação social, dos quais **222** são de âmbito regional/local, o que corresponde a cerca de **80%**.

No que respeita ao tipo de meios, o número mais elevado registou-se na Rádio, **115**, das quais **109** se referem a rádios de âmbito regional e local.

Seguiu-se o meio Imprensa com um total de **108**, em que **86** dos títulos selecionados se referem a meios regionais e locais. O menor número, 27, continua a caber ao meio digital.

Em 2018, o número total de órgãos de comunicação social contemplados com publicidade foi de 192, dos quais 146 de âmbito regional/local, verificando-se que, em 2019, foram selecionados mais **86** órgãos, na totalidade, e mais **76** de âmbito regional/local.

Fig. 7 – Distribuição da publicidade institucional do Estado por tipo de meios (n.º)

Meio	Global			Regional/local		
	2018	2019	VAR. 2108/2019	2018	2019	VAR. 2108/2019
DIGITAL	38	43	▲ 5	28	27	▼ 1
IMPRESA	86	108	▲ 22	64	86	▲ 22
RÁDIO	58	115	▲ 57	54	109	▲ 55
TELEVISÃO	10	12	▲ 2	---	---	---
TOTAL	192	278	▲ 86	146	222	▲ 76

No âmbito da análise dos montantes investidos por tipo de meios, destaca-se o valor destinado ao meio Televisão que ultrapassou **1 milhão e meio de euros**, seguindo-se a Rádio, com cerca de 850 mil euros e a Imprensa com pouco mais de 568 mil euros.

São ainda integrados no total dos investimentos em publicidade institucional do estado, outros meios que não se enquadram na definição de órgãos de comunicação social, tais como Mupis Digitais, Quiosques Multimédia, Redes Sociais ou Plataformas Multibanco, nos quais foram investidos cerca de 363 mil euros.

Os órgãos de comunicação social digitais receberam o menor investimento, também condicionado pela escassez de oferta, apenas cerca de 68 mil euros.

No que se refere aos meios de âmbito regional e local, o investimento mais elevado foi destinado à Rádio, com cerca de 425 mil euros. Seguiu-se a Imprensa, com cerca de 296 mil euros e, por último, o Digital, com pouco mais de 23 mil euros.

Fig. 8 – Investimentos por tipo de meios – Evolução 2018/2019 (€)

	Global			Regional/local		
	2018	2019	VAR. 2018/2019	2018	2019	VAR. 2108/2019
DIGITAL	32 169,19	67 871,57	▲ 35 702,38	14 960,19	23 651,42	▲ 8 691,23
IMPrensa	349 279,63	568 257,58	▲ 218 977,95	164 955,63	295 894,27	▲ 130 938,64
RÁDIO	262 257,62	846 785,47	▲ 584 527,85	129 888,86	424 795,78	▲ 294 906,92
TELEVISÃO	595 040,95	1 518 345,06	▲ 923 304,11			
OUTROS MEIOS	95 997,70	363 065,75	▲ 267 068,05			
TOTAL	1 334 745,09	3 364 325,43	▲ 2 029 580,34	309 804,68	744 341,47	▲ 434 536,79

Fig.9 – Investimentos totais por tipo de meios

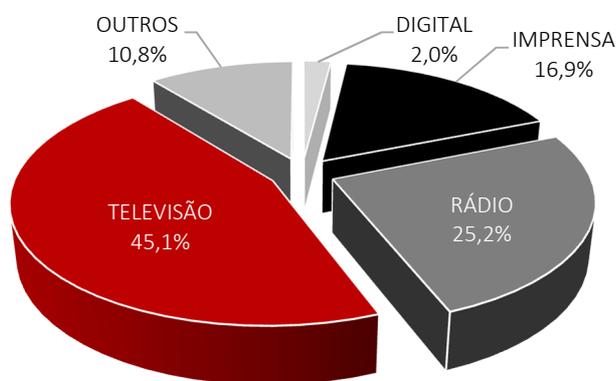
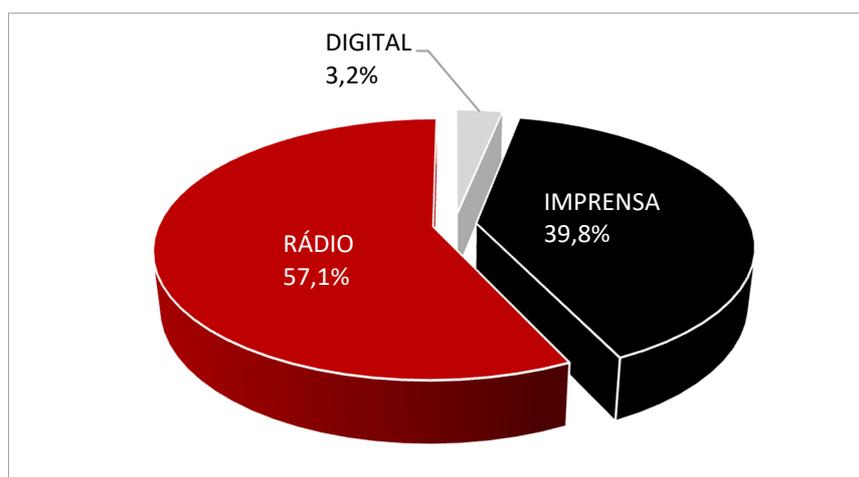


Fig. 10 – Investimento regionais/locais por tipo de meios



Relativamente ao ano 2018, importa assinalar o aumento significativo dos investimentos comunicados, que foi superior a **dois milhões de euros**.

Fig. 11 – Investimento total por tipo de meios – Evolução 2018/2019 (€)

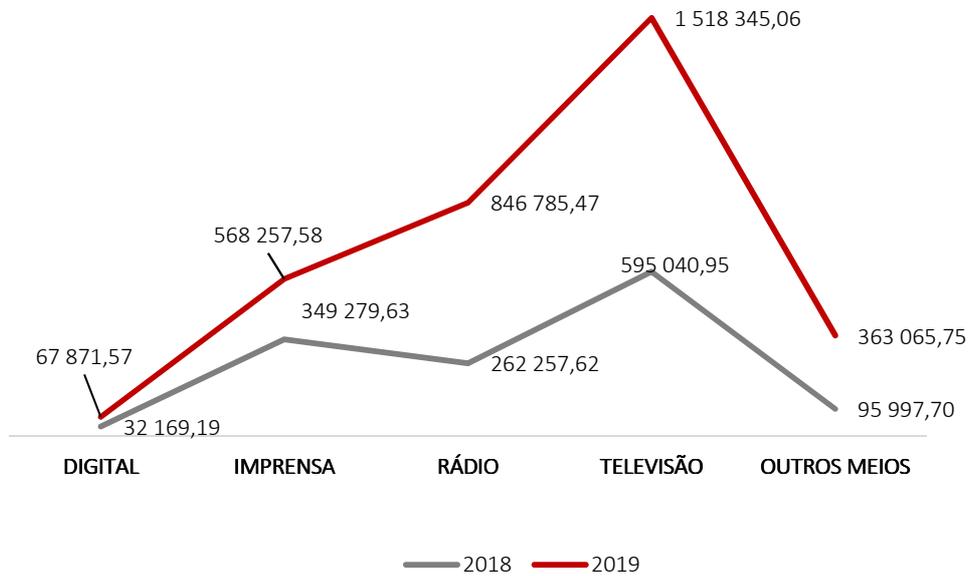
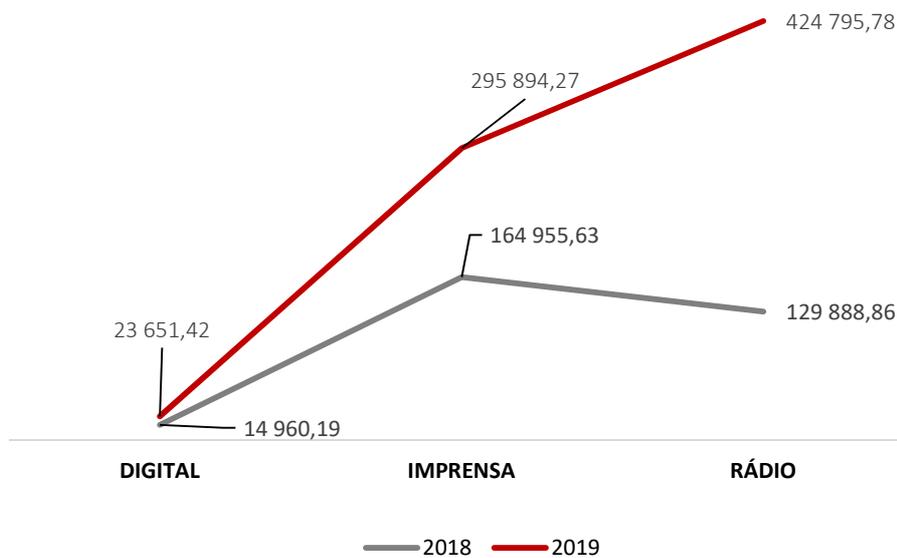


Fig. 12 – Investimento regional/local por tipo de meios –Evolução 2018/2019 (€)



No que respeita aos meios de comunicação social regionais e locais, por comparação com 2018, cujo investimento foi de 309 804,68 €, registou-se igualmente uma subida expressiva, tendo sido investidos **744 341,47 €**, o que corresponde a um aumento total de cerca de **meio milhão de euros**.

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>