



RELATÓRIO JULHO 2020

FICHA TÉCNICA

Título: Relatório sobre Publicidade Institucional do Estado - julho 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

E-mail info@erc.pt

Autoria: Departamento de Supervisão da ERC

Conceção Gráfica: Comunicação e Relações Exteriores da ERC

Lisboa, outubro de 2020

1. INTRODUÇÃO

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.

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.

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 pelo meios regionais/locais, a alteração legislativa, aprovada pela Lei n.º 2/2020, de 31 de março (Orçamento do Estado para 2020-art.º 394.º), refere que «[n]o caso de utilização de mais do que um meio de comunicação social, 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 €».

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.

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.

Cumprе salientar que a distribuição da publicidade pelos vários órgãos de comunicação social é uma decisão que cabe à entidade promotora, que define os meios que entende serem relevantes do ponto de vista de otimização da difusão da mensagem.

2. CAMPANHAS COMUNICADAS NO PORTAL DA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

No mês de julho foram comunicadas 6 campanhas no Portal da publicidade institucional do Estado, promovidas por 4 entidades. O montante global das campanhas comunicadas foi de **130 730,43 €**, dos quais **16 378,24 €** se destinaram a órgãos de comunicação social de âmbito regional e local.

Entidade	Nº de campanhas	Campanhas c/ agência	Investimento Local/Regional	Investimento total
Águas de Portugal, SGPS, S.A. (AdP)	1	0	0,00 €	21 163,90 €
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	3	1	14 878,24 €	88 296,94 €
EPAL – Empresa Pública das Águas Livres, S.A.	1	0	1 500,00 €	12 422,50 €
Instituto dos Registos e do Notariado (IRN)	1	0	0,00 €	8 847,09 €
Total	6	1	16 378,24 €	130 730,43 €

Fig. 1 – Campanhas comunicadas no mês de julho de 2020

3. DISTRIBUIÇÃO DAS CAMPANHAS PELOS MEIOS

A entidade Águas de Portugal (AdP) comunicou a campanha «Obrigado», cuja distribuição se fez pelos meios Televisão e Rádio, envolvendo um investimento total de 21 163,90 €.

Entidade: AdP			
Campanha: «Obrigado»			
Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
SIC	Nacional	Televisão	6 032,77 €
TVI			5 705,13 €
RTP 1			4 568,98 €
Porto Canal			4 119,02 €
RR		Rádio	738,00 €
Total			21 163,90 €

Fig. 2 – Plano de distribuição da campanha «Obrigado»

No que respeita à distribuição da publicidade institucional do Estado pelo meios regionais/locais, importa referir que, nos termos da Lei n.º 2/2020, de 31 de março [Orçamento do Estado para 2020], «[n]o caso de utilização de mais do que um meio de comunicação social, 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 €».

Atendendo ao valor unitário da campanha «Obrigado», e face à ausência de investimento em meios regionais e locais, a ERC procedeu à comunicação dos factos ao Tribunal de Contas, no cumprimento das competências que lhe são atribuídas, por força do n.º 3, do artigo 10.º do referido diploma.

A ANSR – Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária promoveu 3 campanhas de publicidade institucional do Estado, «Páscoa 2020», «Novos Sinais, Maior Segurança» e «E se a Estrada Falasse?», cuja comunicação à ERC foi considerada concluída no mês de julho e que atingiram um montante de investimento global de 88 296,94 €, dos quais 14 878,24 € foram destinados a meios de âmbito regional/local.

A campanha «Páscoa 2020» envolveu um investimento total de 14 129 €, tendo sido destinados 12 279 € à Imprensa, 1 000 € ao Digital, 250 € à Televisão e 600 € a outros meios, designadamente plataformas digitais.

Entidade: ANSR

Campanha: «Páscoa 2020»

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Expresso			2 000,00 €
Público			1 000,00 €
Diário de Notícias			2 154,00 €
Jornal de Notícias			2 975,00 €
Máxima			250,00 €
Flash	Nacional	Imprensa	250,00 €
Sábado			500,00 €
Record			1 250,00 €
Negócios			900,00 €
Correio da Manhã			1 000,00 €
Observador			Digital
Correio da Manhã TV		Televisão	250,00 €
		Outros meios (Plataformas Digitais)	600,00 €
		Total	14 129,00 €

Fig. 3 – Plano de distribuição da campanha «Páscoa 2020»

A campanha «Novos Sinais, Maior Segurança» teve um investimento total de 14 658 €, dos quais 12 808 € se destinaram ao meio Imprensa, 1 000 € ao digital, 250 € à Televisão e 600 € a plataformas digitais não integradas no conceito de meios de comunicação social. Não foram efetuados investimentos em órgãos de comunicação social regionais/locais.

Entidade: ANSR

Campanha: “Novos Sinais, Maior Segurança “

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Observador		Digital	1 000,00 €
Público			1 000,00 €
Jornal de Notícias			2 975,00 €
Diário de Notícias			2 183,00 €
Máxima			250,00 €
Flash	Nacional	Imprensa	250,00 €
Sábado			500,00 €
Record			1 250,00 €
Correio da Manhã			1 000,00 €
Negócios			900,00 €
Turbo			500,00 €
Expresso			2 000,00 €
Correio da Manhã TV		Televisão	250,00 €
		Outros meios (Plataformas Digitais)	600,00 €
		Total	14 658,00 €

Fig. 4 – Plano de distribuição da campanha «Novos Sinais, Maior Segurança»

A campanha «E se a Estrada Falasse?» atingiu um montante global de 59 509,94 €, distribuído pelos meios Rádio e Televisão, tendo sido atribuídos à Rádio 20 541,03 € e à Televisão 38 968,91 €.

A órgãos de comunicação social regionais/locais foram destinados 14 878,24 €, o que corresponde a uma percentagem de 25%.

Entidade: ANSR

Campanha: «E se a Estrada Falasse?»

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Antena 1	Nacional		1 507,63 €
Antena 3			1 728,26 €
Cidade FM Lisboa	Regional/Local	Rádio	3 686,05 €
M80 Rádio			3 686,05 €
Smooth FM			3 686,05 €
TSF			3 820,09 €
Rádio Comercial			514,80 €
RFM			992,82 €
RR			919,28 €
RTP 1	Nacional	Televisão	5 257,71 €
RTP 3			4 123,69 €
SIC			2 886,59 €
SIC Notícias			3 092,77 €
Correio da Manhã TV			3 814,42 €
TVI			2 061,85 €
TVI 24			4 329,88 €
TVI Reality			10 309,23 €
TV Séries			3 092,77 €
		Total	59 509,94 €
		OCS Regional/Local	14 878,24 €
		OCS Regional/Local	25%

Fig. 5 – Plano de distribuição da campanha «E se a Estrada Falasse?»

A EPAL – Empresa Pública das Águas Livres, S.A., comunicou as despesas de distribuição da campanha «Garrafa Cool edição especial Capital Verde Europeia», que atingiram um valor unitário de 12 422,50 €, distribuídos pela Imprensa, com 10 922,50 € e pelo Digital, com 1 500,00 €. Em meios regionais/locais foram aplicados 1 500,00 €, o que corresponde a cerca de 12% do investimento global.

Entidade: EPAL			
Campanha: «Garrafa Cool edição especial Capital Verde Europeia»			
Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Observador		Digital	1 500,00 €
Expresso	Nacional	Imprensa	3 000,00 €
A nossa PRIMA			1 000,00 €
Sábado			1 000,00 €
Público			1 640,00 €
Visão			2 782,50 €
Time Out Lisboa	Regional		1 500,00 €
Total			12 422,50 €
OCS Regional/Local			1 500,00 €
OCS Regional/Local			12%

Fig. 6 – Plano de distribuição da campanha «Garrafa Cool edição especial Capital Verde Europeia»

A campanha «Renovação por SMS do Cartão de Cidadão», promovida pelo Instituto dos Registos e do Notariado (IRN) teve um investimento global de 8 847,09 €, destinado exclusivamente ao meio Rádio.

Entidade: IRN			
Campanha: «Renovação por SMS do Cartão do Cidadão»			
Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Rádio Renascença	Nacional	Rádio	8 847,09 €
Total			8 847,09 €

Fig. 7 – Plano de distribuição da campanha «Renovação por SMS do Cartão do Cidadão»

No mês de junho foi concluído o procedimento de comunicação da campanha «Brand Awareness II», promovida pelo Centro de Recrutamento da Força Aérea (Gabinete do Ministro da Defesa Nacional).

A campanha envolveu um investimento total de 34 100,00€, destinados exclusivamente a meios nacionais, não tendo sido efetuados investimentos em órgãos de comunicação social regionais/locais.

Estes factos indiciam incumprimento do dever contido no n.º 1 do artigo 8.º da legislação aplicável, que obriga a uma afetação de, pelo menos, 25% do valor unitário da campanha neste tipo de meios, o que levou a ERC a proceder à sua comunicação ao Tribunal de Contas, no cumprimento do n.º 3, do artigo 10.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

Meios	Âmbito geográfico	Montante
Mupis Digitais	Nacional	5 500,00 €
Abrigos e Mupis		19 500,00 €
Rede de Multibanco		9 100,00 €
Total		34 100,00 €

Fig. 8 – Distribuição da campanha «Brand Awareness II»

4. ANÁLISE DOS INVESTIMENTOS

4.1. Investimentos globais

O investimento global das campanhas comunicadas no Portal da publicidade institucional do Estado, em julho, atingiu **130 730,43 €**, dos quais **16 378,24 €** se destinaram a meios de âmbito regional/local.

NACIONAL	114 352,19 €	87,5%
REGIONAL	16 378,24 €	12,5%
TOTAL	130 730,43 €	100,0%

Fig. 9 – Distribuição do investimento global por âmbito geográfico



Fig. 10 – Gráfico do investimento global por âmbito geográfico

A análise dos investimentos por tipo de meios revela que o montante mais elevado se destinou à Televisão, 59 894,81 €, seguindo-se a Imprensa, 36 009,50 €, a Rádio, 30 126,12 € e, finalmente o Digital, com apenas 3 500,00 €. A outros meios, não considerados órgãos de comunicação social, foi destinado um investimento de 1 200,00 €.

TELEVISÃO	59 894,81 €	45,8%
IMPrensa	36 009,50 €	27,5%
RÁDIO	30 126,12 €	23,0%
DIGITAL	3 500,00 €	2,7%
OUTROS MEIOS	1 200,00 €	0,9%

Fig. 11 -Distribuição do investimento global por tipo de meios

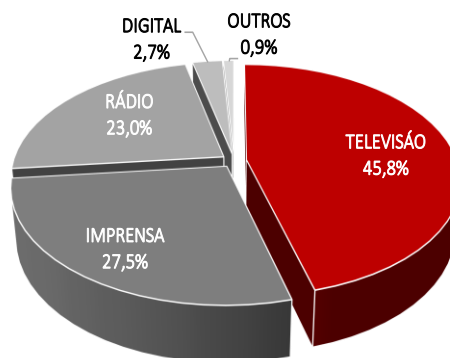


Fig. 12 - Gráfico do investimento global por tipo de meios

4.2. Investimentos em meios regionais/locais

No que se refere à distribuição das verbas investidas em meios de comunicação social de âmbito regional/local, foram selecionados os meios Rádio e Imprensa. À Rádio foi destinado o investimento mais expressivo, 14 878,24 €, seguindo-se a Imprensa, com 1 500,00 €, o que corresponde a volumes percentuais muito díspares.

RÁDIO	14 878,24 €	90,8%
IMPRESA	1 500,00 €	9,2%

Fig. 13 - Distribuição do investimento regional/local por meios

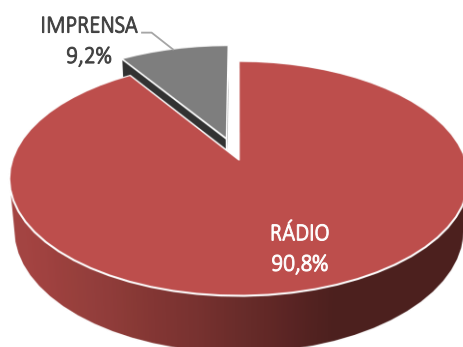


Fig. 14 - Gráfico do investimento regional/local por tipo de meios

4.3. Evolução dos investimentos junho 2020 – julho 2020

MESES	N.º de campanhas	Investimento total	Investimento em OCS regional/local
JUNHO/20	3	589 967,42 €	239 120,42 €
JULHO/20	6	130 730,43 €	16 378,24 €
Varição		-459 236,99 €	-222 742,18 €

Fig. 15 - Evolução dos investimentos JUNHO 2020/ JULHO 2020

Em julho de 2020, os valores comunicados registaram um decréscimo significativo, quer no montante global, quer no investimento destinado aos meios regionais/locais, que foi igualmente expressivo.

Apesar do número de campanhas comunicadas ter duplicado (6), em comparação com o mês anterior (3), os investimentos envolvidos foram muito inferiores, o que provocou a descida dos valores.

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>