



Relatório fevereiro 2018

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante designada por ERC) tem por competência, 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 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.

Através da Plataforma Digital, os serviços da administração direta do Estado, os institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial devem comunicar a aquisição de espaço publicitário para a realização de campanhas de publicidade institucional do Estado.

1. PLATAFORMA DIGITAL DA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

Para proceder à comunicação de despesas com campanhas de publicidade institucional do Estado, as entidades promotoras devem solicitar à ERC a criação de um registo de acesso à Plataforma Digital.

Atualmente, encontram-se registados um total de 60 (sessenta) utilizadores na Plataforma Digital.

Fig.1 – Total de entidades com acesso à Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado

N.º Registo	Designação da Entidade
1	INFARMED - Autoridade Nacional do Medicamento e Produtos de Saúde, I.P.
2	INE - Instituto Nacional de Estatística, I.P.
3	Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve
4	Secretaria-Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social
5	SSAP - Serviços Sociais da Administração Pública
6	IGFSS - Instituto de Gestão Financeira da Segurança Social, I.P.
7	Centro Hospitalar de Lisboa Central, E.P.E.
8	SICAD - Serviço de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e nas Dependências
9	Centro Hospitalar de Trás-os-Montes e Alto Douro, E.P.E.
10	Instituto Politécnico de Viseu
11	Unidade de Saúde do Nordeste, E.P.E.
12	INEM - Instituto de Emergência Médica, I.P.
13	Unidade Local de Saúde de Castelo Branco, E.P.E.
14	ICNF - Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, I.P.
15	Instituto Politécnico de Coimbra
16	Centro Hospitalar de Vila Nova de Gaia/Espinho, E.P.E.
17	Secretaria-Geral do Ministério da Justiça
18	INA - Direção-Geral da Qualificação dos Trabalhadores em Funções Públicas
19	Autoridade de Gestão do Plano de Desenvolvimento Rural 2020
20	FCT - Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa

21	Centro Hospitalar e Universitário de Coimbra, E.P.E.
22	Unidade Local de Saúde do Alto Minho, E.P.E.
23	LNEG - laboratório Nacional de Energia e Geologia
24	Secretaria-Geral do Ministério do Ambiente
25	Instituto Politécnico de Tomar
26	Serviços de Ação Social do Instituto Politécnico de Tomar
27	IGAC-Inspeção-Geral das Atividades Culturais
28	Direção-Geral da Saúde
29	Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional, I.P.
30	Direção Regional de Cultura do Alentejo
31	Instituto Politécnico do Cávado e do Ave
32	Universidade de Trás-Os-Montes e Alto Douro
33	Universidade de Aveiro
34	Instituto Nacional para a Reabilitação, I.P.
35	Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE)
36	Camões - Instituto da Cooperação e da Língua, I.P.
37	ACSS - Administração Central do Sistema de Saúde, I.P.
38	Instituto Politécnico de Lisboa
39	Secretaria - Geral da Presidência do Conselho de Ministros
40	Secretaria - Geral do Ministério da Defesa Nacional
41	IAPMEI - Agência para a Competitividade e Inovação, I.P.
42	Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária
43	Instituto da Vinha e do Vinho, I.P.
44	Instituto da Segurança Social, I.P.
45	Instituto Português da Qualidade, I.P.
46	Centro Hospitalar Cova da Beira, E.P.E.
47	Direção-Geral da Política de Justiça (DGPJ)
48	Instituto de Ação Social das Forças Armadas
49	Entidade Reguladora para o Mercado de Combustíveis, E.P.E.
50	Unidade Técnica de Acompanhamento e Monitorização do Setor Público Empresarial (UTAM)
51	Instituto Politécnico do Porto
52	Marinha Portuguesa
53	OPART - Organismo de Produção Artística, E.P.E.
54	Instituto Português do Sangue e da Transplantação, I.P.
55	Instituto dos Pupilos do Exército
56	Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana, I.P.
57	Águas de Portugal, SGPS, S.A.
58	Águas de Portugal Serviços Ambientais, S.A.
59	Agência Portuguesa do Ambiente, I.P.
60	Docapesca - Portos e Lotas, S.A.

*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado

1.1. Comunicação de despesas

As entidades promotoras devem proceder à comunicação das despesas com a aquisição de espaço publicitário para divulgação de campanhas de publicidade institucional do Estado, até 15 dias após a sua contratação, em conformidade com o artigo 7.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

Com base nas informações comunicadas, a ERC elabora um relatório mensal que é disponibilizado no seu sítio de internet.

A figura 2 apresenta o quadro das despesas com campanhas de valor inferior a 15 Mil Euros comunicadas durante o mês de fevereiro de 2018, procedendo-se à identificação da entidade promotora, título da campanha, tipo e órgão de comunicação social utilizado, âmbito geográfico e respetivo montante.

Fig. 2 – Campanhas de publicidade institucional do Estado comunicadas na Plataforma Digital

Entidade	Título da Campanha	Total Campanhas	Órgão de Comunicação Social	Tipo	Âmbito Geográfico	Montante
OPART - Organismo de Produção Artística, E.P.E.	Serviços de publicidade	1	TSF/Press	Rádio	Regional	€ 9 300,00
			Público	Imprensa	Nacional	€ 3 248,00
			Estrelas e Ouriços	Digital	Regional	€ 800,00
TOTAL						€ 13 348,00
Instituto Politécnico do Porto	Nota de Pesar	1	Jornal de Notícias	Imprensa	Nacional	€ 840,00
			Público	Imprensa	Nacional	€ 600,00
TOTAL						€ 1 440,00
Secretaria-Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social	Programa Operacional Inclusão Social e Emprego	1	Correio da Manhã	Imprensa	Nacional	€ 1 000,00
			O Minho	Digital	Regional	€ 390,00
			Correio Alentejo	Imprensa	Regional	€ 320,00
			Jornal do Fundão	Imprensa	Regional	€ 285,00
			Diário da Região	Imprensa	Regional	€ 250,00
			Diário de Aveiro	Imprensa	Regional	€ 200,00
			Jornal do Centro	Imprensa	Regional	€ 150,00
			Jornal Algarve Primeiro	Digital	Regional	€ 140,00
			Jornal da Região	Imprensa	Regional	€ 100,00
			Alto Alentejo	Imprensa	Regional	€ 75,00
			Jornal Nordeste	Imprensa	Regional	€ 70,00
O Almeiricense	Imprensa	Regional	€ 50,00			
TOTAL						€ 3 030,00
TOTAL MÊS FEVEREIRO 2018						€ 17 818,00

*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado

Em fevereiro de 2018, a Plataforma Digital registou a promoção de 3 (três) campanhas de publicidade institucional do Estado de valor inferior a 15 Mil Euros a que corresponde um montante total de € 17 818,00 (Dezassete mil, oitocentos e dezoito euros).

O valor máximo registado corresponde à campanha promovida pela OPART – Organismo de Produção Artística, E.P.E., com um montante total de € 13 348,00 (Treze mil, trezentos e quarenta e oito euros) e o valor mínimo ao Instituto Politécnico do Porto com um montante de € 1 440,00 (Mil quatrocentos e quarenta euros).

Neste período, foi comunicada uma despesa relativa a uma campanha de publicidade institucional do Estado de valor igual ou superior a 15 Mil Euros cujo pagamento só é permitido após o registo prévio da respetiva despesa e verificação da afetação das percentagens pela ERC, nos termos do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

A Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (doravante, ANSR) solicitou a esta Entidade Reguladora, em 30 de janeiro de 2018, a emissão de parecer favorável referente a uma campanha de sensibilização rodoviária no valor total de € 118 982,09 (Cento e dezoito mil, novecentos e oitenta e dois euros e nove cêntimos), acrescido de IVA à taxa legal em vigor.

À semelhança de anos anteriores, a ANSR desenvolveu a sua campanha de Natal e Ano Novo, integrada na “Operação Festas Seguras 2017”, conjuntamente com a Guarda Nacional Republicana e a Polícia de Segurança Pública.

Numa altura do ano caracterizada por grandes volumes de tráfego nas estradas nacionais, a referida campanha de sensibilização teve como principal objetivo alertar os condutores para os comportamentos de segurança a adotar durante o período festivo.

Para a instrução do referido pedido de apreciação, a ANSR remeteu informação detalhada sobre a campanha, juntando cópia do contrato, do Plano de Meios, bem como a indicação e respetiva justificação da distribuição da percentagem mínima de 25% pelos órgãos de comunicação social locais e regionais devidamente identificados, nos termos dos números 1 e 4 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

Fig.3 – Resumo do investimento apresentado pela Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária

Órgão de Comunicação Social	Tipo	Âmbito Geográfico	Montante
Rádio Renascença	Rádio	Nacional	€ 3 781,91
Rádio Comercial	Rádio	Nacional	€ 6 230,02
Rádio Castelo Branco	Rádio	Local	€ 368,55
RCI	Rádio	Local	€ 368,55
Rádio Brigantia	Rádio	Local	€ 655,20
Rádio Voz do Marão	Rádio	Local	€ 546,00
Rádio Pax	Rádio	Local	€ 450,45
Rádio Diana	Rádio	Local	€ 835,38
Rádio 94FM	Rádio	Local	€ 780,78
Total FM	Rádio	Local	€ 546,00
Cidade FM Algarve	Rádio	Local	€ 464,10
Rádio Altitude	Rádio	Local	€ 354,90
Rádio Portalegre	Rádio	Local	€ 944,58
Rádio Beira Litoral	Rádio	Local	€ 780,78
Terra Nova	Rádio	Local	€ 546,00
Rádio Antena Minho	Rádio	Local	€ 1 004,64
Rádio Pernes	Rádio	Local	€ 518,70
Rádio Jornal de Setúbal	Rádio	Local	€ 627,90
Alto Minho	Digital	Regional	€ 431,33
RFM	Rádio	Regional	€ 7 785,91
RTP1	Televisão	Nacional	€ 16 037,08
SIC	Televisão	Nacional	€ 24 213,50
TVI	Televisão	Nacional	€ 50 709,82
TOTAL			€ 118 982,09

*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado

Fazendo uso da prerrogativa prevista no n.º 5 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, a ANSR apresentou justificação técnica fundamentada para o incumprimento do disposto nas alíneas a) e d) do número 4 do citado artigo.

Ante as justificações apresentadas pela entidade promotora, considera-se que, enquanto autoridade nacional responsável pela segurança rodoviária e no âmbito das suas atribuições e esfera própria de decisão, a “Campanha de Natal e Ano Novo 2017” foi eficaz e adequada o suficiente ao ser divulgada nos meios de comunicação social escolhidos em detrimento do meio Imprensa e Digital, atendendo à natureza, objetivos e principalmente aos destinatários desta campanha – os portugueses que se deslocam de automóvel pelo território nacional em plena época festiva.

Com efeito, o n.º 5 do artigo 8.º do citado diploma, atribui à entidade promotora a possibilidade de apresentação de fundamentação técnica para a não aplicação das percentagens de distribuição de publicidade institucional pelos órgãos de comunicação social regionais locais e regionais previstas no n.º 4 do citado artigo, sempre que esta distribuição revele ser inadequada aos objetivos da campanha.

A ANSR procedeu à adjudicação da referida campanha à agência “Popular Jump – Unipessoal, Lda. e Great Global, Comunicação e Marketing, Lda.” tendo procedido à verificação dos requisitos enunciados no n.º 1 do artigo 5.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.