



RELATÓRIO JANEIRO 2021

FICHA TÉCNICA

Título: Relatório sobre Publicidade Institucional do Estado - janeiro 2021

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, março de 2021

NOTAS PRÉVIAS

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.

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 do referido diploma.

A fim de obter os dados necessários ao exercício das suas competências, 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 publicitários.

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.

1. CAMPANHAS COMUNICADAS NO PORTAL DA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

No mês de janeiro de 2021 foi concluído o processo de comunicação de despesas de aquisição de espaço publicitário, relativas a **8 campanhas** de publicidade institucional do Estado, comunicadas por **3 entidades**, que atingiram um montante total de **205 529,19 €**, dos quais **57 348,29 €** se destinaram a meios de âmbito regional e local (Fig. 1).

ENTIDADE	CAMPANHAS (N.º)	N.º DE CAMPANHAS C/ AGÊNCIA	CAMPANHAS C/ AGÊNCIA	TOTAL LOCAL/ REGIONAL	TOTAL
Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE)	4	0	0,00 €	1 910,00 €	7 580,00 €
EMCFM - Estrutura de Missão para as Comemorações do V Centenário da Circum-Navegação comandada pelo navegador português Fernão de Magalhães	1	0	0,00 €	12 681,00 €	23 305,00 €
Secretaria -Geral da Presidência de Conselho de Ministros	3	1	96 220,87 €	42 757,29 €	174 644,19 €
TOTAL	8	1	96 220,87 €	57 348,29 €	205 529,19 €

Fig. 1 – Campanhas comunicadas no mês de janeiro de 2021

Relativamente aos investimentos divulgados no relatório de dezembro de 2020, importa dar nota de que foi recebida informação sobre a anulação da campanha «Renovação do CC por Multibanco», comunicada à ERC pelo Instituto dos Registos e do Notariado - IRN, no valor de 4 950,00 €.

Segundo declara a entidade a iniciativa ficou sem efeito «em virtude de terem sido superiormente definidas novas medidas para o serviço de renovação do cartão de cidadão, das quais não faz parte o serviço alvo da campanha previamente submetida à ERC».

2. DISTRIBUIÇÃO DAS CAMPANHAS PELOS MEIOS

Nas figuras seguintes apresentam-se de forma detalhada o plano de distribuição pelos meios de cada campanha e os respetivos investimentos (Figs. 2 a 8).

Entidade: Secretaria de Estado para a Cidadania e Igualdade (SECI)/SGPCM

Título da Campanha: Violência Doméstica

Órgão de comunicação social	Tipo	Âmbito geográfico	Investimento
Correio da Manhã		Nacional	7 414,00 €
Público			4 070,00 €
Expresso do Oriente			569,10 €
Jornal N	Imprensa		700,00 €
Notícias de Arronches			487,80 €
Notícias da Caranguejeira			200,00 €
Planalto Barrosão		Regional	487,80 €
Reflexo — O Espelho das Taipas			360,00 €
A Voz do Algarve	Digital		250,00 €
Alentejohoje.com			300,00 €
O Minho			729,00 €
OCS Total			15 567,70 €
OCS Regional/Local			4 083,70 €
OCS Regional/Local (%)			35,6%

Fig.2 – Plano de distribuição da campanha “Violência Doméstica”

Entidade: Imprensa Nacional Casa da Moeda (INCM) /SGPCM**Título da Campanha: A informação oficial ao seu alcance**

Órgão de comunicação social	Tipo	Âmbito geográfico	Investimento
SIC			18 385,93 €
TVI			15 462,77 €
TVI 24	Televisão		655,24 €
Correio da Manhã TV			11 762,40 €
Porto Canal			148,44 €
Lux Selfie	Digital		491,43 €
MaisFutebol		Nacional	491,43 €
A Bola			2 211,00 €
Diário de Notícias			3 583,00 €
Expresso	Imprensa		5 120,50 €
Jornal de Notícias			3 583,00 €
Público			2 076,00 €
Rádio Comercial			5 075,10 €
Rádio Renascença			3 108,04 €
Azeméis FM Rádio			1 497,60 €
Rádio Castrense			2 272,35 €
Rádio Guadiana			1 486,28 €
Rádio Juventude Salesiana	Rádio		802,58 €
Rádio Nova			1 493,40 €
Rádio São Vicente			1 496,28 €
Rádio Vila Franca			1 496,28 €
Rádio Vidigueira			1 496,28 €
Regional FM -88.1			454,10 €
a Sul			1 463,41 €
Ecos da Gravia			462,00 €
Expresso do Oriente			569,00 €
Jornal N			1 386,00 €
Leme, O	Imprensa	Regional/Local	923,60 €
Loures Magazine Odivelas			462,00 €
Notícias da Caranguejeira			480,00 €
Notícias de Arronches			487,80 €
Reflexo — o Espelho das Taipas			476,39 €
Alentejohoje.com			462,00 €
Diário da Feira			375,62 €
Esposende 24			462,00 €
Felgueiras TV			462,00 €
Global News	Digital		462,00 €
Minho, O			462,00 €
Santo Tirso TV			462,00 €
Tâmega.TV			462,00 €
VivaCovilhã.pt			462,00 €
Voz do Algarve, A			462,00 €
		Outros Meios (Auroportal e IOL)	327,62 €

Total	96 220,87 €
OCS Total	95 893,25 €
OCS Regionais/Locais	23 738, 97 €
% OCS REGIONAL/LOCAL	24,7%

Fig.3 – Plano de distribuição da campanha “A Informação Oficial ao seu Alcance”

Entidade: Ministério da Cultura /SGPCM**Título da Campanha: No Natal compre Cultura**

Órgão de comunicação social	Tipo	Âmbito geográfico	Investimento
SIC	Televisão	Nacional	23 565,00 €
TVI			20 261,00 €
Correio da Manhã TV			4 095,00 €
A Voz do Algarve			933,58 €
Azeméis FM Rádio	Rádio	Regional/Local	933,58 €
Rádio Castrense			1 868,19 €
Rádio Guadiana			933,58 €
Rádio Juventude Salesiana			933,58 €
Rádio Nova			2 800,73 €
Rádio São Vicente			933,58 €
Rádio Vila Franca			933,58 €
Record Porto			2 796,06 €
Regional FM — 88.1			1 868,16 €
OCS Total			62 855,62 €
OCS Regional/Local			14 934,62 €
Regional/Local (%)			23,8%

Fig.4 – Plano de distribuição da campanha “No Natal compre Cultura”

Campanha: Formação de públicos estratégicos**Entidade: Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE) /SGPCM**

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Investimento
As Beiras	Regional/Local	Imprensa	900,00 €
Diário de Aveiro			400,00 €
Diário de Viseu			500,00 €
Rádio Planície		Rádio	110,00 €
OCS TOTAL			1 910,00 €
OCS REGIONAL/LOCAL			1 910,00 €
Regional/Local (%)			100%

Fig. 5 – Plano de distribuição da campanha “Formação de públicos estratégicos”

Campanha: 41.º Aniversário da CITE**Entidade: Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE) /SGPCM**

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Investimento
Público	Nacional	Imprensa	1 890,00 €
OCS TOTAL			1 890,00 €
OCS REGIONAL/LOCAL			0,00 €
Regional/Local (%)			0,0%

Fig. 6 – Plano de distribuição da campanha “41.º Aniversário da CITE”

Campanha: Dia Nacional da Igualdade Salarial**Entidade: Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE) /SGPCM**

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Investimento
Público	Nacional	Imprensa	1 890,00 €
OCS TOTAL			1 890,00 €
OCS REGIONAL/LOCAL			0,00 €
Regional/Local (%)			0,0%

Fig. 7 – Plano de distribuição da campanha “Dia Nacional da Igualdade Salarial”

Campanha: Combate ao Assédio Sexual**Entidade: Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE) /SGPCM**

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Investimento
Público	Nacional	Imprensa	1 890,00 €
OCS TOTAL			1 890,00 €
OCS REGIONAL/LOCAL			0,00 €
Regional/Local (%)			0,0%

Fig. 8 – Plano de distribuição da campanha “Combate ao Assédio Sexual”

Campanha: 500 anos do Descobrimento do Estreito**Entidade: Estrutura de Missão para as Comemorações do V Centenário da Circum-Navegação**

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Investimento
Diário de Notícias	Nacional	Imprensa	5 000,00 €
Jornal de Notícias			5 000,00 €
TVA TV Algarve		Digital	624,00 €
Correio de Lagos			560,00 €
O Gaiense		Imprensa	1 500,00 €
Voz de Trás-os-Montes, A	Regional/Local	Digital	1 300,00 €
Canal N Mirandela			1 500,00 €
Minho, O		545,00 €	
Rádio Fóia			156,00 €
Rádio Terra Quente		Rádio	1 500,00 €
TSF			5 000,00 €
Universidade FM			620,00 €
OCS TOTAL			23 305,00 €
OCS REGIONAL/LOCAL			12 681,00 €
Regional/Local (%)			54,41%

Fig. 9 – Plano de distribuição da campanha “500 anos do Descobrimento do Estreito”

3. DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS EM MEIOS REGIONAIS/LOCAIS

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€, nos termos do art.º 432.º da Lei n.º 75-B/2020, de 31 de dezembro (Orçamento do Estado para 2021).

Neste âmbito integram-se as campanhas «No Natal compre Cultura», «Informação Oficial ao seu Alcance» e «500 anos do Descobrimento do Estreito».

As campanhas «Informação Oficial ao seu Alcance» e «500 anos do Descobrimento do Estreito» cumprem a norma, tendo destinado 25% e 54% a meios de âmbito regional/local, respetivamente. Já quanto à campanha «No Natal compre Cultura», o valor percentual foi de 24%. A justificação apresentada pelo Ministério da Cultura alegou o seguinte:

- a) O prazo de campanha, relativamente curto, não permitiu a inserção nas publicações periódicas que, na quase totalidade, são mensários, o que não permitiu qualquer inserção nestes meios;
- b) Os meios selecionados foram os contratados pela SGPCM, o que não permitia o recurso a outros ocs;
- c) A suspensão de atividade de alguns órgãos de comunicação social teve como consequência não se conseguir a totalidade de investimento de 25%;
- d) Em futuras campanhas do Ministério da Cultura haverá o cuidado de recuperar o pouco investimento não aplicado nesta campanha.

4. ANÁLISE DA DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS PELOS MEIOS

4.1. Investimentos totais por âmbito geográfico

As despesas de distribuição de campanhas de publicidade institucional do Estado, comunicadas no mês de janeiro de 2021 atingiram um total de **205 529,19 €**, dos quais **57 348,29 €** se destinaram a meios regionais/locais, o que corresponde a uma percentagem de **27,9%**.

4.2. Investimentos por tipo de meios

A análise dos investimentos totais por tipo de meios revela que o montante mais elevado se destinou ao meio **Televisão** com **94 335,78 €**, seguindo-se a **Imprensa** com **58 402,40 €**, a **Rádio** com **42 998,78 €**, o **Digital** com **9 464,48 €** e, por fim, **327,62 €** foram destinados a **outros meios** não considerados órgãos de comunicação social.

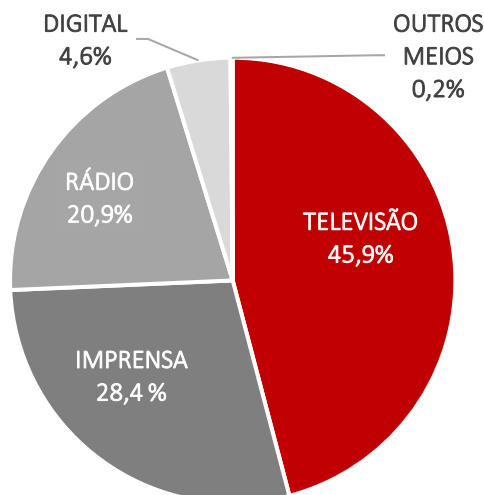


Fig. 10 – Distribuição do investimento total por tipo de meios

A análise dos investimentos nos meios regionais/locais por tipo de meios revela que os investimentos comunicados pelas entidades se distribuíram pela **Rádio**, cabendo a esta a maior parcela com **34 815,77 €**, seguindo-se a **Imprensa** que obteve **14 674,90 €** e, por último o meio **Digital** que registou **7 857,62 €**.

Importa salientar que a justificação das entidades para a escolha privilegiada dos meios Rádio e Digital assenta no facto de se considerar que estes são eficazes e adequados para chegar às populações em período de confinamento geral.

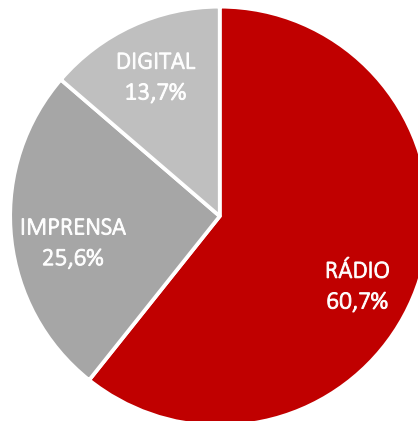


Fig. 11 – Distribuição do investimento regional/local por tipo de meios

4.3. Evolução dos investimentos dezembro 2020 – janeiro 2021

Meses	N.º de campanhas	Investimento em OCS regional/local	Investimento global
DEZ/20	7	102 379,64 €	378 509,78 €
JAN/21	8	57 348,29 €	205 529,19 €
Varição	(+) 1	(-) 45 031,35 €	(-) 172 980,59 €

Fig. 12 - Evolução dos investimentos dezembro 2020/ janeiro 2021

No mês de janeiro de 2021 o número de campanhas comunicadas foi ligeiramente superior ao mês anterior, no entanto o investimento total comunicado foi bastante inferior.

Esta descida foi motivada pela menor dimensão do valor unitário das campanhas comunicadas neste período, que se refletiu quer nos investimentos totais comunicados, quer nos montantes destinados a órgãos de comunicação social de âmbito regional/local.

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>