



RELATÓRIO ABRIL 2021

FICHA TÉCNICA

Título: Relatório sobre Publicidade Institucional do Estado - abril 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

Conceção Gráfica: Comunicação e Relações Exteriores

Lisboa, julho 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.

As entidades promotoras, nos termos do n.º 3 do artigo 5.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto «devem acompanhar a execução dos contratos celebrados nos termos dos números anteriores, nomeadamente no que respeita às relações de subcontratação e à aquisição de espaços publicitários através de agências de publicidade, com vista a assegurar níveis elevados de eficiência da aquisição publicitária e a recolha de elementos para os seus relatórios de atividades, bem como assegurar o estrito cumprimento das normas relativas à contratação de serviços de colocação de publicidade».

Importa ainda salientar que, no que respeita à distribuição da publicidade institucional do Estado pelos meios regionais/locais, «[d]eve 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)».

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 nos órgãos de comunicação social.

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. ENTIDADES PROMOTORAS DE CAMPANHAS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

No período em análise foram validadas as comunicações de **4 campanhas**, promovidas por **4 entidades**, que atingiram um montante global de **987 317,82 €** (Figura 1).

ENTIDADE	INVESTIMENTO (€)
Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros	152 975,27
Secretaria-Geral do Ministério do Ambiente	398 954,58
Força Aérea Portuguesa – Ministério da Defesa Nacional	12 976,67
Direção-Geral da Saúde	422 411,30
Total	987 317,82

Fig. 1 – Entidades promotoras de campanhas comunicadas em abril de 2021

2. DISTRIBUIÇÃO DAS CAMPANHAS PELOS MEIOS

Nas figuras seguintes apresenta-se, de forma detalhada, o plano de distribuição pelos meios de cada campanha e os respetivos investimentos (Figuras 2 a 5).

Campanha: Violência Doméstica

Entidade: SECI

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Rádio Renascença	Nacional	Rádio	2 073,58 €
Rádio Comercial			27 152,28 €
Diário de Notícias		4 032,11 €	
A Bola		4 390,24 €	
Expresso		Imprensa	45 171 €
Correio da Manhã		15 284,55 €	
Jornal de Notícias		4 076,22 €	
TSF - Rádio Jornal Lisboa		5 365,25 €	
Mega Hits		4 333,02 €	
M80 Rádio		7 167,84 €	
Rádio Juventude Salesiana		1 053,60 €	
Regional FM -88.1	Regional/Local	Rádio	101,46 €
Rádio Castrense			2 208,36 €
Rádio Vidigueira			3 143,68 €
Rádio Guadiana			3 143,68 €
Rádio São Vicente			2 413,81 €
Azeméis FM Rádio			3 143,68 €
Rádio Nova			1 276,54 €

Noticias da Caranguejeira		600 €
Notícias de Arronches		609,76 €
Reflexo - o Espelho das Taipas		760,85 €
Expresso do Oriente		714,46 €
Planalto Barrosão	Imprensa	495 €
Leme, O		1 933,33 €
Jornal de Barcelos		1 228,54 €
Jornal N		2 100 €
Ecos da Gravia	Regional/Local	975,61 €
Voz do Algarve, A		500 €
Alentejohoje.com		700 €
Diário da Feira		600 €
Esposende 24	Digital	1 097,56 €
Felgueiras TV		600 €
Minho, O		400,81 €
VivaCovilhã.pt		1 056,91 €
Sul Informação		3 071,54 €
		Total OCS: 152 975,27 €
		OCS Regionais/Locais: 50 795,29 €
		% OCS Regionais/Locais: 33,2%

Fig. 2 – Plano de distribuição da campanha «Violência Doméstica»

Campanha: Não deixes cair a máscara**Entidade: Secretaria-Geral do Ministério do Ambiente**

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
SIC			72 539,34 €
Correio da Manhã TV		Televisão	88 503,46 €
A Bola TV	Nacional		25 169,70 €
Rádio Comercial		Rádio	19 855,00 €
RFM			11 591,25 €
Expresso		Imprensa	14 460,80 €
Estação Diária			1 951,00 €
TSF			20 824,74 €
Fi FM			5 322,31 €
Rádio MEO SW - 100.8FM			5 573,54 €
Rádio NoAr			5 337,68 €
Total FM			5 337,68 €
Rádio Atlântida	Local	Rádio	5 337,68 €
Rua FM			5 337,68 €
Record FM			5 573,54 €
Rádio Diana			5 337,68 €
Rádio Voz de Esmoriz			5 337,68 €
Rádio Voz do Marão			1 393,00 €
Rádio Botaréu			5 337,68 €
Kiss FM			5 573,54 €
Rádio Antena Livre			5 337,68 €

Terra Nova			5 337,68 €
Emissora das Beiras			5 350,23 €
Rádio D. Fugas			5 350,23 €
Radio Ecos da Raia			2 675,05 €
Rádio Limite			5 350,23 €
Rádio Dueça			5 350,23 €
Rádio Clube de Arganil	Local	Rádio	5 350,23 €
91 FM Rádio			5 350,23 €
Rádio Zarco			5 350,23 €
Rádio Vouzela			5 573,54 €
Santana FM			5 350,23 €
Rádio Santo António			5 350,23 €
Rádio Ourique			5 350,23 €
Canal FM Centro			2 668,85 €
Figueirense, O			750,00 €
Correio de Azambuja		Imprensa	108,50 €
Sim - Revista do Minho			775,00 €
Povo Famalicense, O			300,00 €
Minho, O			70,00 €
Notícias de Seia			500,00 €
Notícias LX			500,00 €
O Digital			1 000,00 €
Penacova Actual	Regional		350,00 €
Portal de Alcanede			350,00 €
Rede Regional		Digital	500,00 €
Santo Tirso Digital			1 951,00 €
Torres Vedras Web			300,00 €
Tudobem - Informação Regional			150,00 €
Vila Nova			60,00 €
Vitec			200,00 €
Madeira Digital			150,00 €
Trofa TV			150,00 €
OCS TOTAL			398 954,58 €
OCS REGIONAL/LOCAL			166 835,03 €
% OCS REGIONAL/LOCAL			41,8%

Fig. 3 – Plano de distribuição da campanha “Não deixes cair a máscara”

Campanha: Formação de Oficiais e Praças**Entidade: Força Aérea Portuguesa - Ministério da Defesa Nacional**

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Rádio MEO SW - 100.8FM			728,00 €
Rádio Local de Barcelos			100,00 €
Radio Portalegre			182,00 €
Radio Clube de Monsanto			156,00 €
Terra Nova			158,00 €
Rádio Telefonía do Alentejo	Local	Rádio	145,60 €
Rádio Pax			274,40 €
Radio Fóia			232,23 €
Rádio Cister			192,40 €
Rádio Antena Minho			180,00 €
RACAB - Rádio Castelo Branco			300,00 €
Rádio Altitude			416,00 €
Posto Emissor do Funchal	Regional	Rádio	182,26 €
Correio da Manhã	Nacional	Imprensa	1.800,00 €
A Bola			1.600,00 €
Sapo		Digital	1.148,78 €
Nit New in Town			1.500,00 €
<i>Outdoors</i>	Outras Despesas	<i>Outdoors</i>	1.560,00 €
Redes Sociais		Redes Sociais	2.121,00 €
OCS TOTAL			12 976,67 €
OCS REGIONAL/LOCAL			3 246,89 €
% OCS REGIONAL/LOCAL			25%

Fig. 4 – Plano de distribuição da campanha “Formação de Oficiais e Praças”

Campanha: COVID-19 Não deixes o vírus entrar**Entidade: Direção-Geral da Saúde**

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante	
TVI	Nacional	Televisão	167 719,57 €	
SIC			139 094,63 €	
Correio da Manhã TV			10 051,51 €	
Rádio Clube de Angra			5 585,95 €	
JM - FM			5 896,28 €	
Rádio Voz de Alenquer			5 585,95 €	
RDS			8 839,50 €	
Rádio Nova			8 839,50 €	
ERA - Emissora Regional de Ama			Rádio	5 585,95 €
Rádio Jornal de Setúbal				5 896,28 €
Radioeste	5 585,95 €			
Record Algarve	5 585,95 €			
Rádio 94FM	5 896,28 €			
Trofa TV	Local/Regional	2 112,40 €		
Santo Tirso Digital		2 112,40 €		
Pombal TV		2 112,40 €		
Notícias de Coimbra		2 112,40 €		
Jornal de Mafra		2 112,40 €		
Almadense		2 112,40 €		
Alentejohoje.com		2 112,40 €		
Sul Informação		2 112,40 €		
Voz do Algarve, A		2 112,40 €		
Algarve Primeiro		Digital	2 112,40 €	
Açores Expresso	2 112,40 €			
Vitec	2 112,40 €			
Madeira Digital	2 112,40 €			
Funchal Notícias	2 112,40 €			
TDS - Televisão do Sul	Local/Regional		2 112,40 €	
Mafra TV			2 112,40 €	
Ribatejo News			2 112,40 €	
Donline - Diário de Entre Douro e Vouga			2 112,40 €	
Algarve Marafado			2 112,40 €	
Praia Expresso - Jornal Digital		2 112,39 €		
Total OCS: 422 411,29 €				
Total OCS Regionais/Locais: 101 320,79 €				
Total OCS Regionais/Locais 24%				

Fig. 5 – Plano de distribuição da campanha “COVID-19 Não deixes o vírus entrar”

3. DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS EM MEIOS REGIONAIS/LOCAIS

Os investimentos em meios regionais /locais devem ser efetuados de acordo com o n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, conjugada com as alterações introduzidas pelo art.º 432.º da Lei n.º 75-B/2020, de 31 de dezembro (Orçamento do Estado para 2021).

As referidas normas determinam que deve ser afetada 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 5 mil euros.

São abrangidas por estes deveres a totalidade das campanhas comunicadas no mês de abril de 2021, verificando-se que foi cumprida a percentagem de afetação, prevista na legislação aplicável, apenas merecendo nota a campanha “COVID-19 Não deixes o vírus entrar” que ficou ligeiramente aquém. A entidade DGS alega a urgência da campanha e um ligeiro desajuste do cálculo efetuado.

Campanhas	Entidades	Investimento global	Investimento regional/local	Investimento regional/local
Violência Doméstica	SECI	152 975,27 €	50 795,29 €	33%
Não deixes cair a máscara	SG M Ambiente	398 954,58 €	166 835,03 €	42%
Formação de Oficiais e Praças	FAP- Ministério da Defesa Nacional	12 976,67 €	3 246,89 €	25%
COVID-19 "Não deixes o vírus entrar"	Direção-Geral da Saúde	422 411,30 €	105 545,58 €	24%

Fig. 6 – Campanhas abrangidas pelos deveres previstos no artigo 8.º, da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto

O n.º 4 do referido artigo 8.º determina ainda que «a distribuição deve, sempre que adequado aos fins da campanha, respeitar tendencialmente as seguintes percentagens de afetação:

- a) Imprensa: 7 %;
- b) Rádio: 6 %;
- c) Televisão: 6 %;
- d) Órgãos de comunicação social digitais: 6 %»

Relativamente às percentagens previstas no referido n.º 4, as entidades apresentaram a fundamentação técnica solicitada pela ERC, demonstrando a necessidade de uso de determinado ou determinados meios de comunicação local e regional em detrimento de um outro ou outros, como previsto no n.º 5 do mesmo artigo.

A campanha “Não deixes cair a máscara”, promovida pela Secretaria-Geral do Ministério do Ambiente e a campanha “Formação de Oficiais e Praças”, promovida pela Força Aérea Portuguesa, foram adjudicadas a agências de publicidade, designadamente a ADAGIETTO e a FULLSIX, respetivamente.

Assim, nestes casos, deverá aplicar-se a obrigação prevista no n.º 3, do artigo 5.º — Adjudicação da publicidade institucional, o qual determina o seguinte:

«3 — As entidades promotoras devem acompanhar a execução dos contratos celebrados nos termos dos números anteriores, nomeadamente no que respeita às relações de subcontratação e à aquisição de espaços publicitários através de agências de publicidade, com vista a assegurar níveis elevados de eficiência da aquisição publicitária e a recolha de elementos para os seus relatórios de atividades, bem como assegurar o estrito cumprimento das normas relativas à contratação de serviços de colocação de publicidade».

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 abril de 2021 atingiram um total de 987 317,82 €, dos quais 326 422,79 € se destinaram a meios regionais/locais.

4.2. Investimentos por tipo de meios

A análise dos investimentos globais por tipo de meio revela que o montante mais elevado se destinou ao meio Televisão com 503 078,21 €, seguindo-se a Rádio com 319 238,04 €, a Imprensa com 102 235,97 €, o Digital com 59 084,59 € e, por fim, outros meios, tais como Redes sociais e Outdoors com 3 681,00 €.

TELEVISÃO	503 078,21 €
RÁDIO	319 238,04 €
IMPrensa	102 235,97 €
DIGITAL	59 084,59 €
OUTROS MEIOS	3 681,00 €
TOTAL	987 317,81 €

Fig. 10 – Distribuição do investimento total por meio

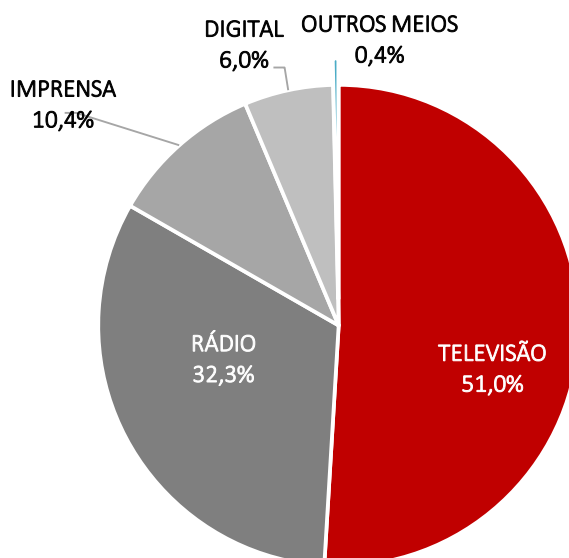


Fig. 11 – Gráfico de distribuição do investimento total por meio

A análise dos investimentos nos meios regionais/locais por tipo de meios revela que o montante global afetado a estes meios foi de 326 422,79 €.

Os valores comunicados foram distribuídos pela Rádio, que recebeu a maior parcela com 258 565,93 €, seguindo-se o meio Digital com 56 435,81 € e, finalmente, a Imprensa com 11 421,05 €.

RÁDIO	258 565,93 €
DIGITAL	56 435,81 €
IMPRENSA	11 421,05 €
TOTAL	326 422,79 €

Fig. 12 – Distribuição do investimento regional/local por meio

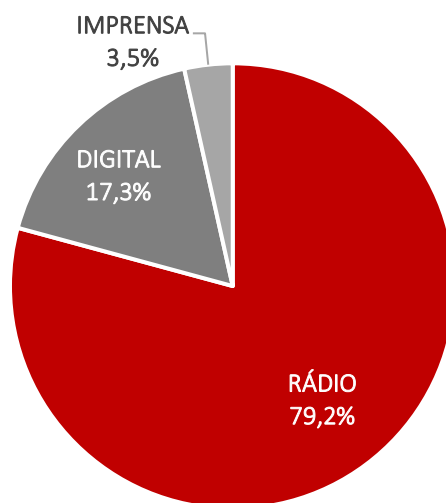


Fig. 13 – Gráfico da distribuição do investimento regional/local por meio

Importa dar nota de que a fundamentação técnica apresentada pelas diversas entidades para a escolha privilegiada do meio Rádio assenta no facto de se considerar que este é mais eficaz e adequado para atingir o alvo definido em cada campanha, em contexto de pandemia.

4.3. Evolução dos investimentos março 2021 – abril 2021

Meses	N.º de campanhas	Investimento em OCS regional/local	Investimento global
MAR/21	6	36 804,97 €	122 715,97 €
ABR/21	4	326 422,79 €	983 636,81 €
Variação	(-) 2	(+) 289 617,82 €	(+) 860 920,84 €

Fig. 14 - Evolução dos investimentos março 2021/ abril 2021

No mês de abril de 2021 o número de campanhas comunicadas foi inferior ao do mês anterior, menos duas campanhas, todavia o investimento total comunicado foi expressivamente superior, tendo-se verificado um acréscimo de cerca de **861 mil euros do investimento global** e cerca de **290 mil euros de investimentos em meios regionais/locais**.

O aumento dos investimentos comunicados decorreu da maior dimensão do valor unitário das campanhas, que se refletiu no montante global e, igualmente, no montante regional/local.

5. NOTA FINAL – Correção de valores do relatório de março de 2021

Procede-se em nota final à divulgação da retificação de despesas relativas à aquisição de espaço publicitário da campanha “Eleições Presidenciais 2021 — Votar é Seguro”, comunicada no Portal da publicidade institucional do Estado pela Secretaria-Geral do Ministério da Administração Interna.

O plano de distribuição, corrigido pela entidade promotora, substitui a Rádio Pico pela Rádio Montanha e a Rádio Emissora das Beiras pela Soncentro-Emissora de Rádio, Lda. (Figura 15).

Órgão de comunicação social	Montante (€)
Rádio Pico	Sem investimento
Rádio Montanha	852,00 €
Rádio Emissora das Beiras	Sem investimento
Soncentro - Emissora de Rádio, Lda.	852,00 €

Fig. 15 – Correção de valores da campanha “Eleições Presidenciais 2021 — Votar é Seguro”

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>