



RELATÓRIO SETEMBRO 2020

FICHA TÉCNICA

Título: Relatório sobre Publicidade Institucional do Estado -
setembro 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, novembro de 2020

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.

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.

Cumpra 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.

1. CAMPANHAS COMUNICADAS NO PORTAL DA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

No mês de setembro foram comunicadas 6 (seis) campanhas de publicidade institucional do Estado promovidas por 4 (quatro) entidades.

O montante global de despesas de distribuição pelos meios das campanhas comunicadas foi de **69 245,77 €**, dos quais **16 225,90 €** se destinaram a órgãos de comunicação social de âmbito regional e local.

ENTIDADE	CAMPANHAS (n.º)	CAMPANHAS COM AGÊNCIA	INVESTIMENTO LOCAL/REGIONAL	INVESTIMENTO TOTAL
Gabinete do Ministro da Defesa Nacional	2	2	12 717,90 €	42 030,14 €
Laboratório Nacional de Energia e Geologia (LNEG)	1	0	0,00 €	738,00 €
OPART - Organismo de Produção Artística, E.P.E.	2	0	3 508,00 €	6 508,00 €
Secretaria-Geral do Ministério do Ambiente	1	0	0,00 €	19 969,63 €
TOTAL	6	2	16 225,90 €	69 245,77 €

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

2. DISTRIBUIÇÃO DAS CAMPANHAS PELOS MEIOS

Nas figuras 2 a 7 apresentam-se de forma detalhada os meios utilizados em cada campanha e os respetivos investimentos.

Entidade: Gabinete do Ministro da Defesa Nacional

Campanha: Academia da Força Aérea - Reforço

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Rádio <i>Brigantia</i>	Regional/Local	Rádio	200,00 €
Rádio Antena Minho			200,00 €
Outros Meios (Facebook e Instagram)			244,00 €
		Total	644,00 €
		Regional/Local	400,00 €

Fig. 2 – Plano de distribuição da campanha «Academia da Força Aérea – Reforço»

Entidade: Gabinete do Ministro da Defesa Nacional

Campanha: Regime de contrato - CFO_CFS_CFP

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Diário do Alentejo			375,00 €
Linhas de Elvas			350,00 €
Mirante			1 300,00 €
Jornal do Fundão			500,00 €
Região de Leiria			450,00 €
Notícias de Viseu			150,00 €
Jornal do Algarve			600,00 €
Terras da Beira			300,00 €
Almonda, O		Imprensa	150,00 €
Diário de Coimbra			500,00 €
Setubalense, O			570,00 €
Diário do Sul			750,00 €
Diário de Aveiro			650,00 €
Diário do Minho			250,00 €
Açoriano Oriental			750,00 €
Jornal do Centro			130,00 €
Diário de Notícias — Funchal	Regional/Local		687,40 €
Diário de Trás-os-Montes		Digital	450,00 €
Rádio Altitude			416,00 €
Rádio Alto Minho			280,80 €
Rádio Antena Minho			180,00 €
Rádio Local de Barcelos			100,00 €
Radio Fóia			232,23 €
Radio Clube de Monsanto			156,00 €
Rádio Pax			274,40 €
Radio Portalegre		Rádio	150,00 €
Rádio Telefonía do Alentejo			145,60 €
Terra Nova			158,00 €
Rádio Local de Torres Novas			60,00 €
Rádio Cister			182,00 €
Posto Emissor do Funchal			162,47 €
Rádio <i>Brigantia</i>			180,00 €
Rádio MEO SW — 100.8FM			728,00 €
OUTROS MEIOS			
Spotify MEO			2 500,00 €
Youtube			773,00 €
Facebook e Instagram			390,24 €
Avião publicitário			2 350,00 €
<i>Outdoors</i>			4 055,00 €
MUPIs Digitais			19 000,00 €
Total			41 386,14 €
Regional/Local			12 317,90 €

Fig. 3 – Plano de distribuição da campanha «Regime de contrato - CFO_CFS_CFP»

Entidade: Laboratório Nacional de Energia e Geologia (LNEG)

Campanha: Publicidade Institucional LNEG

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Pontos de Vista	Nacional	Imprensa	738,00 €
Total			738,00 €
Regional/Local			00,00 €

Fig. 4 – Plano de distribuição da campanha «Publicidade Institucional LNEG»

Entidade: OPART - Organismo de Produção Artística, E.P.E.

Campanha: TNSC-Temporada 2.º semestre 2020

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Expresso	Nacional	Imprensa	3 000,00 €
TSF	Local	Rádio	2 808,00 €
Total			5 808,00 €
Regional/Local			2 808,00 €

Fig. 5 – Plano de distribuição da campanha «TNSC-Temporada 2.º semestre 2020»

Entidade: OPART - Organismo de Produção Artística, E.P.E.

Campanha: CNB - Planeta Dança

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Estrelas e Ouriços	Regional	Imprensa	700,00 €
Total			700,00 €
Regional/Local			700,00 €

Fig. 6 – Plano de distribuição da campanha «CNB - Planeta Dança»

Entidade: Secretaria- Geral do Ministério do Ambiente

Campanha: Projetos cofinanciados pelo POSEUR

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
RTP1	Nacional	Televisão	19 969,63 €
Total			19 969,63 €
Regional/Local			00,00 €

Fig. 7 – Plano de distribuição da campanha «Projetos cofinanciados pelo POSEUR»

3. DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS EM MEIOS REGIONAIS/LOCAIS

Nos termos da Lei n.º 2/2020, de 31 de março (Orçamento do Estado para 2020), nos casos em que é utilizado mais do que um meio de comunicação social, deve ser afeta aos órgãos de comunicação social regionais e locais uma percentagem de, no mínimo, 25% do valor unitário de cada campanha, sempre que este for igual ou superior a 5000 €.

Assim, no contexto da verificação do cumprimento da referida obrigação, não se registaram irregularidades.

O montante mais elevado investido em meios regionais/locais registou-se na campanha promovida pelo Gabinete do Ministro da Defesa Nacional, cerca de 12 mil euros. Foram efetuados investimentos neste tipo de meios em 4 (quatro) das seis (seis) campanhas comunicadas.

Campanhas	Investimentos em meios Regionais/Locais
Academia da Força Aérea — Reforço	62,1%
Regime de contrato — CFO_CFS_CFP	29,8%
Publicidade Institucional LNEG	0%
TNSC — Temporada 2.º semestre 2020	48,4%
CNB — Planeta Dança	100%
Projetos cofinanciados pelo POSEUR	0%

Fig. 8 — Investimentos em OCS regionais/locais (%)

4. ANÁLISE DA DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS PELOS MEIOS

4.1. Investimentos por âmbito geográfico

As despesas de distribuição de campanhas de publicidade institucional do Estado, comunicadas no mês de setembro totalizaram **69 245,77 €**, das quais **16 225,90 €** se referem a OCS regionais/locais.

São considerados na totalidade dos investimentos, as despesas realizadas em meios de divulgação não incluídos na definição de órgãos de comunicação social.

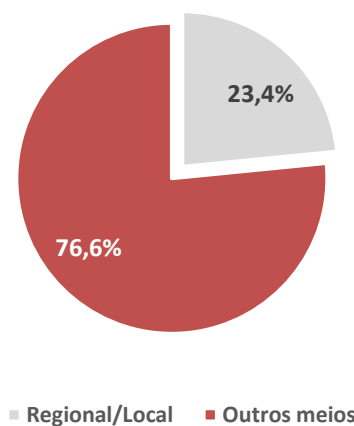


Fig. 9 — Distribuição do investimento pelos meios

4.2. Investimentos por tipo de meios

A análise dos investimentos por tipo de meios revela que o montante mais elevado se destinou a meios que não são considerados órgãos de comunicação social, seguindo-se a Televisão, a Imprensa, a Rádio e, por último, o Digital.

DIGITAL	450,00 €
IMPRESA	12 900,40 €
RÁDIO	6 613,50 €
TELEVISÃO	19 969,63 €
OUTROS MEIOS	29 312,24 €

Fig. 10 — Distribuição do investimento por tipo de meios

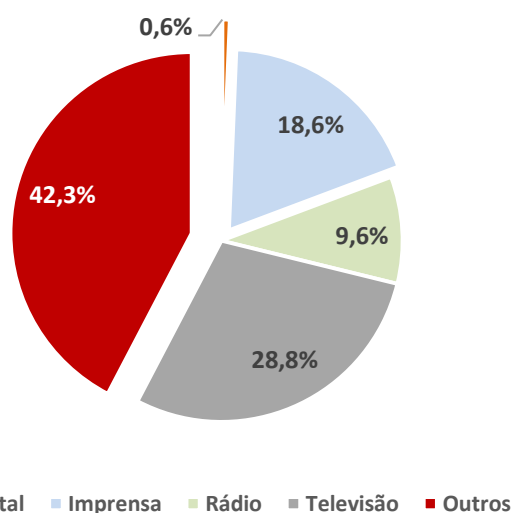


Fig. 11 — Gráfico dos investimentos por tipo de meios

4.3. Evolução dos investimentos agosto 2020 – setembro 2020

Meses	N.º de campanhas	Investimento global	Investimento em OCS regional/local
ago/20	6	140 039,98 €	39 597,52 €
set/20	6	69 245,77 €	16 225,90 €
Varição	0	(-) 70 794,21 €	(-) 23 371,62 €

Fig. 12 — Evolução dos investimentos agosto 2020/ setembro 2020

No mês de setembro o número de campanhas comunicadas foi idêntico ao do mês anterior (6), no entanto no que respeita aos valores comunicados verifica-se uma descida, quer no montante global quer no investimento em meios regionais/locais.

A descida registada, em termos globais, foi superior a 70 mil euros e, no que se refere aos meios regionais /locais, o decréscimo foi de cerca de 23 mil euros.

As oscilações que se têm registado nos investimentos comunicados mensalmente decorrem da existência ou da ausência de campanhas que envolvam investimentos expressivos.

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>