



RELATÓRIO JUNHO 2021

FICHA TÉCNICA

Título: Relatório sobre Publicidade Institucional do Estado - junho 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, setembro 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 **cinco campanhas**, promovidas por **quatro entidades**, que atingiram um **montante global de 146 073, 87 euros**, dos quais **69 402,31 euros se destinaram a meios regionais/locais** (Figura 1).

Entidade	N.º de campanhas	C/ agência	Total Local + Regional	Total
Secretaria-Geral da Presidência de Conselho de Ministros	1	1	47 500,09 €	58 627,75 €
Agência para o Desenvolvimento e Coesão, I.P.	1	0	0,00 €	4 325,00 €
EPAL - Empresa Portuguesa das Águas Livres, S.A.	2	0	0,00 €	1 540,00 €
Secretaria- Geral da Educação e Ciência	1	0	21 902,22 €	81 581,12 €

Fig. 1 – Investimentos comunicados pelas entidades em maio 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 6).

Campanha: Portugal Chama - Raposa Chama / AGIF

Entidade: Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros (SGPCM)

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
RFM	Nacional		11.127,66 €
Top FM - Praia da Vitória			3.419,58 €
Rádio Borba			3.377,62 €
Granada FM			3.377,62 €
Sagres FM	Local	Rádio	3.377,62 €
Rádio Praia			3.072,27 €
Informédia Rádio			3.508,00 €
Nove3cinco			3.377,62 €
Raio de Luz - Imprensa			1.752,68 €
Gazeta de Sátão			1.463,41 €
Jornal de Amarante, O			325,20 €
Linhas de Elvas	Regional	Imprensa	1.630,00 €
Guarda, A			3.484,32 €
Alvorada - Imprensa			2.497,74 €
Carrilhão, o			2.005,42 €
Baluarte de Santa Maria, O			1.871,19 €

Expresso de Felgueiras		1.626,02 €
Paivense		1.707,32 €
Diário Atual		1.734,42 €
Notícias Ribeirinhas		975,61 €
Viseu Now	Digital	640,00 €
Centro TV - BKN		975,61 €
TomarTV		1.300,82 €
TOTAL		58 627,75 €
OCS REGIONAL/LOCAL		47 500,09 €
% OCS REGIONAL/LOCAL		81,02%

Fig. 2 – Portugal Chama - Raposa Chama / AGIF

A campanha Portugal Chama - Raposa Chama / AGIF foi a única campanha comunicada em junho de 2021 que foi adjudicada a uma agência de publicidade, a MEDIA GATE - Agência de Meios e Comunicação, SA.

Esta campanha foi distribuída ao abrigo da RCM n.º 38-B/2020, de 19 de maio, sendo o plano de meios estruturado em função dos créditos disponíveis, após a compra antecipada de publicidade.

Campanha: Dia da Europa

Entidade: Agência para o Desenvolvimento e Coesão, I.P.

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Expresso	Nacional	Imprensa	4 325,00 €
OCS TOTAL			4 325,00 €
OCS REGIONAL/LOCAL			00,00 €
% OCS REGIONAL/LOCAL			0,0%

Fig. 3 — Dia da Europa

Campanha: Water Beep

Entidade: EPAL - Empresa Portuguesa das Águas Livres, S.A.

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Indústria e Ambiente	Nacional	Imprensa	820,00 €
OCS TOTAL			820,00 €
OCS REGIONAL/LOCAL			00,00 €
% OCS REGIONAL/LOCAL			0,0%

Fig. 4 – Water Beep

Campanha: APP H2O Quality

Entidade: EPAL - Empresa Portuguesa das Águas Livres, S.A.

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Ambiente Magazine	Nacional	Imprensa	720,00 €
OCS REGIONAL/LOCAL			00,00 €
% OCS REGIONAL/LOCAL			0,00%

Fig. 5 – APP H2O Quality

Campanha: E.volui**Entidade: Secretaria- Geral da Educação e Ciência**

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante	
Correio da Manhã	Nacional	Imprensa	5 900,00 €	
Diário de Notícias			13 000,00 €	
Sol			5 000,00 €	
Expresso			3 500,00 €	
Rádio Comercial	Nacional	Rádio	10 171,13 €	
Antena 1			2 949,50 €	
RTP 1	Televisão		16 235,55 €	
RTP 2			2 922,72 €	
Rádio Planície	Local/ Regional	Rádio	450,00 €	
Rádio Alto Minho			1 300,00 €	
Emissora das Beiras			899,72 €	
Rádio Diana			1 729,70 €	
Rádio Regional do Centro			1 268,80 €	
Rádio Ribatejo			668,00 €	
Rádio Nova Era (Vila Nova de Gaia)			1 056,00 €	
Rádio Brigantia			1 080,00 €	
RACAB			600,00 €	
Diário de Viseu			1 800,00 €	
Diário do Minho			3 000,00 €	
Jornal de Leiria			Imprensa	1 600,00 €
Diário de Coimbra			4 800,00 €	
Correio do Alentejo			1 650,00 €	
OCS TOTAL			81 581,12 €	
OCS REGIONAL/LOCAL			21 902,22 €	
% OCS REGIONAL/LOCAL			26,85%	

Fig. 6 – E. Volui

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.

No que respeita às campanhas comunicadas em maio de 2021, verifica-se que foi cumprida a percentagem de afetação, prevista na legislação aplicável (figura 10).

Campanhas	Entidades	Investimento global	Investimento regional/local	Investimento regional/local
Portugal Chama - Raposa Chama / AGIF	PCM	58 627,75 €	47 500,09 €	81,02%
E.Volui	SGEC	81 581,12 €	21 902,22 €	26,85%

Fig. 7 – Campanhas abrangidas pelo 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 %»

No que respeita às percentagens previstas no referido n.º 4, as entidades apresentaram a fundamentação técnica, por solicitação da ERC, relativamente à escolha de determinados meios a utilizar nas campanhas que desenvolveram.

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, em junho de 2021, atingiram um total de **146 073,87 euros**, dos quais **69 402, 31 euros** 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 Imprensa que recebeu a maior parcela, 44,14%, seguindo-se a Rádio, 38,89 %, a Televisão, 13,12% e, por último o Digital, 3,85% (figura 8 e 9).

MEIO	MONTANTE
IMPRESA	64 478, 30 €
RÁDIO	56 810,84 €
TELEVISÃO	19 158,27 €
DIGITAL	5 626,46 €
TOTAL	146 073,87 €

Fig. 8 – Distribuição do investimento total por tipo de meio

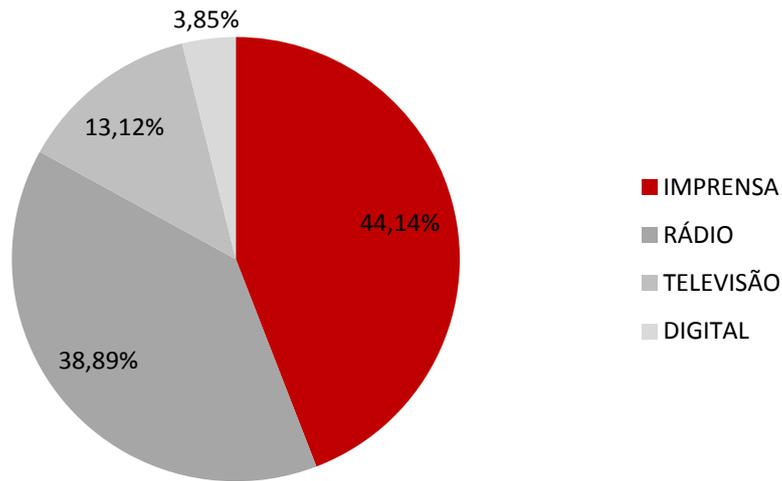


Fig. 9 – Gráfico de distribuição do investimento total por meio

Os valores dos investimentos comunicados pelas entidades, destinados a meios regionais/locais foram distribuídos pela Rádio, que recebeu a maior parcela, 46,92%, seguindo-se a Imprensa, 44,97 % e, por último o Digital, 8,11% (figuras 10 e 11).

MEIO	MONTANTE
RÁDIO	32 562,55 €
IMPRESA	31 213,30 €
DIGITAL	5 626,46 €
TOTAL	69 402,31 €

Fig. 10 – Distribuição do investimento regional/local por meio

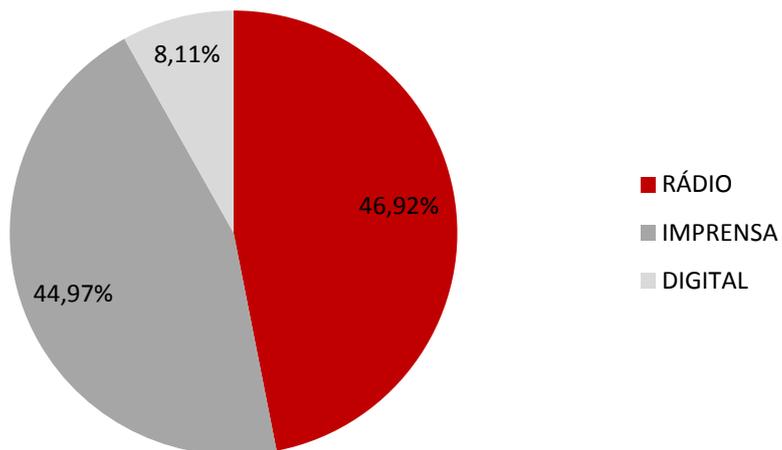


Fig. 11 – Gráfico da distribuição do investimento regional/local por meio

4.3. Evolução dos investimentos maio 2021 – junho 2021

Meses	N.º de campanhas	Investimento em OCS regional/local	Investimento global
MAI/21	8	9 465,65 €	38 304,15 €
JUN/21	5	69 402,31 €	146 073,87 €
Varição	(-) 3	(+) 59 936, 66 €	(+) 107 769,72 €

Fig. 12 — Evolução dos investimentos maio 2021/ junho 2021

No mês de junho de 2021 o número de campanhas comunicadas foi inferior ao do mês anterior, menos três campanhas, todavia o investimento total comunicado foi expressivamente superior, tendo-se verificado um acréscimo de cerca de **107 769 euros** do investimento global e de cerca de **60 mil euros** no montante atribuído a meios regionais/locais.

O aumento dos investimentos comunicados no período em análise, foi impulsionado pela dimensão de duas campanhas de maior valor unitário, o qual se refletiu no montante global e, igualmente, no investimento 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>