



RELATÓRIO SETEMBRO 2021

## FICHA TÉCNICA

Título: Relatório sobre Publicidade Institucional do Estado - setembro 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](http://www.erc.pt)

E-mail: [info@erc.pt](mailto:info@erc.pt)

Autoria: Departamento de Supervisão

Conceção Gráfica: Unidade de Comunicação e Relações Exteriores

Lisboa, novembro 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](http://www.erc.pt).

## 1. ENTIDADES PROMOTORAS DE CAMPANHAS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

Foram comunicadas e validadas na plataforma as despesas relativas a quatro campanhas, que atingiram um **montante global de 616 118,68 euros**, destinando-se **235 476,19 euros a meios regionais/locais**. (Figura 1).

Duas das campanhas comunicadas foram adjudicadas a agências de publicidade, designadamente a campanha Aldeia Segura, Pessoas Seguras, promovida pela ANEPC, adjudicada à **Nova Expressão - Planeamento de Media e Publicidade** e a campanha “Sensibilização para a redução dos incêndios rurais 2021”, promovida pelo ICNF, adjudicada às empresas **CTT-Soluções Empresariais e Tempomedia – Agência de Meios, Publicidade**.

Entidade	Campanhas (n.º)	C/ agência (n.º)	C/ agência (€)	Regional/Local (€)	Global (€)
Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil (ANEPC)	1	1	62 190,00 €	15 547,50 €	62 190,00 €
Empresa Portuguesa das Águas Livres (EPAL)	2	0	0,00€	0,00€	4 000,00 €
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas (ICNF)	1	1	549 928,68€	219 928,69€	549 928,68€
<b>Totais</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>612 118,68 €</b>	<b>235 476,19 €</b>	<b>616 118,68 €</b>

Fig. 1 – Investimentos — setembro de 2021

## 2. DISTRIBUIÇÃO DAS CAMPANHAS PELOS MEIOS

Nas figuras seguintes apresenta-se, de forma detalhada, a distribuição das campanhas pelos meios e os respetivos investimentos publicitários (Figuras 2 a 5).

### Campanha: “Aldeia Segura, Pessoas Seguras”

Entidade: **Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil (ANEPC)**

Período: setembro 2021

Objetivo: **Ações de sensibilização do Programa “Aldeia Segura, Pessoas Seguras”**

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
TSF/Press	Regional	Rádio	15 547,50 €
RTP 1			17 404,00 €
SIC	Nacional	Televisão	18 100,16 €
TVI			11 138,34 €
			<b>TOTAL - 62 190,00 €</b>
			<b>OCS Regional/Local - 15 547,50 €</b>
			<b>OCS Regional/Local - 25%</b>

Fig. 2 — Aldeia Segura, Pessoas Seguras – ANEPC

**Campanha: “Aqui bebo água da torneira”****Entidade: Empresa Portuguesa das Águas Livres (EPAL)****Período: setembro 2021****Objetivo: Sensibilização para o consumo de água da torneira nos restaurantes**

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Marketeer	Nacional	Imprensa	1 150,00 €
Observador <i>Lifestyle</i>			1 500,00 €
			<b>Total: 2 650,00 €</b>
			<b>Regional/Local: 00,0 €</b>
			<b>Regional/Local: 00,0%</b>

Fig. 3 — “Aqui bebo água da torneira” – EPAL

**Campanha: “APP H2O Quality”****Entidade: Empresa Portuguesa das Águas Livres (EPAL)****Período: setembro 2021****Objetivo: Divulgação de aplicação sobre a qualidade da água em Lisboa**

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
Água & Ambiente	Nacional	Imprensa	1 350,00 €
			<b>Total: 1 350,00 €</b>
			<b>Regional/Local: 00,0 €</b>
			<b>Regional/Local: 00,0%</b>

Fig. 4 — “APP H2O Quality” – EPAL

**Campanha: “Sensibilização para a redução dos incêndios rurais 2021”****Entidade: Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas (ICNF)****Período: 25 de junho a 31 de outubro de 2021****Objetivo: Sensibilização para a redução dos incêndios rurais**

Órgão de comunicação social	Âmbito geográfico	Tipo	Montante
RTP 3	Nacional	Televisão	1 608,20 €
RTP 1			36 917,92 €
SIC			77 088,71 €
TVI			54 333,62 €
RTP 2			1 072,14 €
RTP Memória			744,35 €
Rádio Comercial			53 687,86 €
Rádio Renascença			26 900,57 €
RFM			50 871,69 €
Antena 1			25 966,82 €
Barlavento	Regional	Imprensa	4 329,78 €
Correio do Minho			2 323,65 €
As Beiras			3 810,21 €
Diário de Aveiro			5 413,38 €
Diário de Coimbra			5 910,15 €
Diário de Viseu			3 940,10 €
Diário do Alentejo			2 435,50 €

Diário do Minho		2 597,87 €
Jornal de Leiria		4 816,88 €
Região de Leiria		5 556,55 €
Jornal do Fundão		4 235,61 €
O Mirante — Semanário Regional		8 826,62 €
Jornal Nordeste		1 696,77 €
Mensageiro de Bragança		1 948,40 €
Terras da Beira		2 396,53 €
Reconquista		3 788,56 €
Alto Alentejo		2 029,58 €
Interior, O		2 273,13 €
Comércio de Baião, O		737,40 €
Jornal do Algarve		5 455,52 €
Voz de Chaves, A		1 970,99 €
Região de Águeda		2 273,13 €
Beira Vouga		1 199,47 €
Voz de Trás-os-Montes, A		3 827,53 €
Terras do Homem		742,25 €
A Aurora do Lima		2 990,43 €
Imediato		1 438,11 €
Guarda, A		1 576,76 €
Regional, O		2 399,42 €
Maria da Fonte		661,06 €
Notícias dos Arcos		1 220,59 €
Douro Hoje		1 371,10 €
Notícias de Santo Tirso		2 004,07 €
Jornal de Abrantes		1 101,77 €
Notícias da Barca		852,04 €
Correio do Alentejo		1 762,84 €
Alto Minho		3 896,80 €
Portomosense, O		825,01 €
Verdade, A		1 520,58 €
A Comarca de Arganil		1 804,07 €
M80 Rádio		Rádio 16 454,22 €
Rádio Regional do Centro	Local	4 609,90 €
Total FM		5 329,91 €
Rádio Antena Minho		3 722,35 €
Terra Nova		3 602,06 €
RACAB — Rádio Castelo Branco		2 162,07 €
Chaves FM		1 702,12 €
RCI		2 020,23 €
Rádio Voz do Marão		1 736,54 €
Radio Portalegre		4 053,32 €
Rádio Antena Livre		1 766,61 €
Rádio Brigantia		3 167,84 €

Radio Fóia			3 120,56 €
Rádio Local de Torres Novas			2 020,23 €
Pampilhosa 97.8 FM		Rádio	1 770,95 €
Antena Sul - Rádio Jornal	Local		3 911,47 €
Rádio D. Fuas			2 716,58 €
Rádio Águia Azul			3 451,53 €
Rádio Voz de Basto			1 831,10 €
Record FM			4 869,96 €
Rádio F			2 033,09 €
Rádio Ansiães			2 836,87 €
Rádio Vale do Minho			2 411,34 €
Rádio Geice			2 836,87 €
Radio Voz do Douro			2 303,91 €
Rádio Condestável			4 160,75 €
ABC Portugal			2 824,01 €
TSF			16 542,09 €
Televisões Estrangeiras		Outras Despesas	808,11 €
			<b>TOTAL – 549 928,68 €</b>
			<b>OCS Regional /Local – 219 928,69€</b>
			<b>OCS Regional /Local – 40,0%</b>

Fig. 5 — “Sensibilização para a redução dos incêndios rurais 2021” – ICNF

### 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.

Estão abrangidas por este dever duas campanhas:

- “Aldeia Segura Pessoas Seguras” – ANEPC
- “Sensibilização para a redução dos incêndios rurais 2021” – ICNF

Na sequência da análise dos investimentos, conclui-se que as referidas campanhas cumprem a percentagem de afetação prevista na lei.

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 por tipo de meios

A análise dos investimentos globais por tipo de meios revela que o montante mais elevado se destinou ao meio Rádio, seguindo-se a Televisão, a Imprensa e, por fim, outros meios.

INVESTIMENTO GLOBAL — MEIOS	
RÁDIO	282 942,92 €
TELEVISÃO	218 407,44 €
IMPRESA	113 960,21 €
OUTROS MEIOS	808,11 €

Fig. 6 — Investimento global por meios

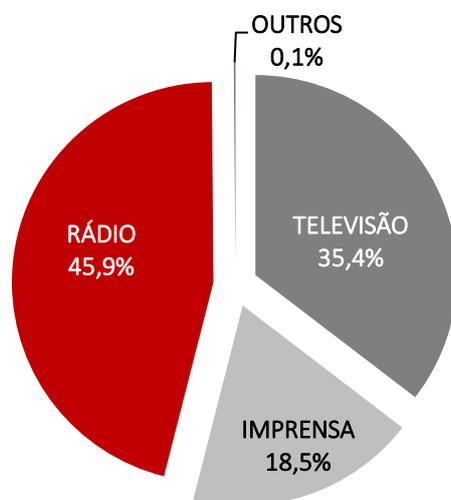


Fig. 7 — Investimento global por meios

Relativamente à distribuição dos investimentos de âmbito regional/local, a Rádio obteve o maior investimento, seguindo-se a Imprensa.

INVESTIMENTO GLOBAL — MEIOS	
RÁDIO	125 515,98 €
IMPRESA	109 960,21 €

Fig. 8 — Investimento regional/local por meios

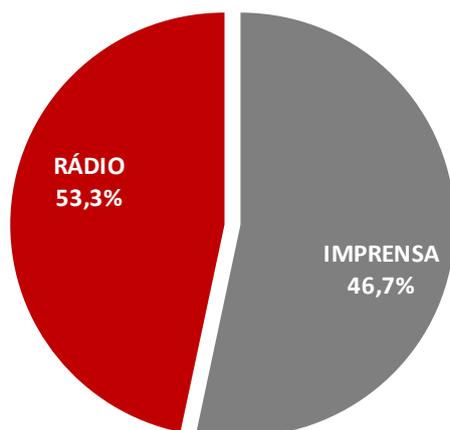


Fig. 9 — Investimento regional/local por meios

#### 4.3. Evolução dos investimentos AGOSTO/SETEMBRO – 2021

Meses	N.º de campanhas	Investimento em OCS regional/local	Investimento global
Agosto	6	88 062,68 €	369 577,46 €
Setembro	4	235 476,19 €	616 118,68 €
Varição	(-2)	147 413,51 €	246 541,22 €

Fig. 10 — Evolução dos investimentos agosto 2021/setembro 2021

Em setembro de 2021, o número de campanhas comunicadas foi menor em relação ao mês anterior, no entanto, contrariamente, os investimentos comunicados foram expressivamente superiores, em termos globais e também no contexto 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](mailto:publicidade.institucional@erc.pt)

Consulte-nos em <http://pie.erc.pt>