
PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

1. VISÃO GLOBAL

Publicidade Institucional do Estado - 2021

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.

A ERC verifica e fiscaliza o cumprimento dos deveres de comunicação e transparência previstos sobre as campanhas de publicidade institucional do Estado e, ainda, o dever de verificação da aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional em cada campanha, de acordo com o n.º 4 do artigo 8.º.

A despesa de 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.

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.

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), «*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€*».

A ERC elabora relatórios mensais sobre as campanhas de publicidade institucional do Estado, que publica no seu *website*, no cumprimento do disposto no n.º 1 artigo 11.º do mesmo normativo.

Igualmente nos termos definidos no n.º 2 do referido artigo, compete ainda à ERC a elaboração de um relatório anual sobre o grau de cumprimento da presente lei, que remete à Assembleia da República até ao final do primeiro semestre de cada ano civil.

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.

No ano 2021, foram comunicadas **93 campanhas** de publicidade institucional do Estado, promovidas por **30 entidades**.

Os investimentos comunicados atingiram o montante global de **12 507 407,87 euros**, dos quais foi destinada uma verba de **3 090 278,51 euros**, a meios de comunicação social **de âmbito regional/local**, o que corresponde a um valor percentual de **25%** do total investido na aquisição de espaços publicitários.

Cerca de **25 campanhas** foram realizadas através de agências de publicidade, movimentando um total de **5 350 515,25 euros**.

Em comparação com os dados de 2020, verifica-se que, em 2021, ocorreu um aumento significativo no número de campanhas, tendo sido comunicadas mais **23 campanhas**.

Quanto ao valor global registou-se um aumento de **10 475 501,69 euros**, o qual se refletiu também no investimento direcionado para os meios regionais/locais, que aumentou **2 442 803,13 euros**.

No âmbito da verificação do investimento em meios regionais e locais, foram identificadas **6 campanhas** de publicidade institucional do Estado em que foi investida neste tipo de órgãos de comunicação social, uma parcela **inferior a 25%** do valor unitário da campanha.

Foram comunicadas ao Tribunal de Contas as situações resultantes do incumprimento dos deveres na Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

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.

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 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.

As entidades que realizam campanhas de publicidade institucional do Estado devem ainda investir em «*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€*».

A fim de obter os dados necessários para a verificação e fiscalização da lei aplicável, a ERC desenvolveu uma plataforma digital, através da qual as entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado comunicam as despesas de aquisição de espaços publicitários, que deverão ser comunicadas de forma agregada por campanha.

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.

Importa salientar que à ERC não é atribuída competência sancionatória nesta matéria, cabendo-lhe o dever de comunicar ao Tribunal de Contas os casos de incumprimento da norma em causa, de acordo com o disposto no artigo n.º 3 do artigo 10.º da lei em apreço.

A ERC elabora relatórios mensais sobre as campanhas de publicidade institucional do Estado, que publica no seu *website*, no cumprimento do disposto no n.º 1 do artigo 11.º do mesmo normativo.

Igualmente, nos termos definidos no n.º 2 do referido artigo, compete ainda à ERC a elaboração de um relatório anual sobre o grau de cumprimento da presente lei, que remete à Assembleia da República até ao final do primeiro semestre de cada ano civil.

O presente Relatório analisa os investimentos comunicados à ERC, no ano 2021, e a sua conformidade com a norma aplicável à publicidade institucional do Estado, efetuando uma análise comparativa em relação aos investimentos comunicados no ano anterior.

3. INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES

Os investimentos comunicados atingiram um total de **12 507 407,87 euros**, dos quais **3 090 278,51 euros** foram atribuídos, a meios de comunicação social de âmbito regional/local.

Na figura 1 apresentam-se os investimentos totais comunicados, por entidade, com indicação dos investimentos destinados a órgãos de comunicação social de âmbito regional e local.

Fig. 1 – Investimentos comunicados pelas entidades em 2021

Entidade	Total	Total Local + Regional	Total Local + Regional
Agência para a Modernização Administrativa	10 126,04 €	0,00€	0%
Instituto Nacional de Estatística	1 234 678,29 €	311 133,26 €	25%
Secretaria- Geral da Presidência de Conselho de Ministros	530 001,45 €	191 279,40 €	36%
Agência para o Desenvolvimento e Coesão	10 775,00 €	0,00€	0%
Secretaria- Geral do Ministério do Ambiente	992 429,14 €	204 583,96 €	21%
Centro de Recrutamento da Força Aérea	110 926,38 €	27 851,78 €	25%
Secretaria Geral do Ministério da Justiça	1 202,94 €	0,00€	0%
Instituto Politécnico de Viseu	4 530,00 €	3 730,00 €	82%
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas	549 928,68 €	219 928,69 €	40%
Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego	7 580,00 €	1 910,00 €	25%
Centro Hospitalar Cova da Beira	4 363,00 €	300,00€	7%
Laboratório Nacional de Energia e Geologia (LNEG)	2 850,00 €	0,00€	0%
Direção-Geral da Saúde	5 893 943,96 €	959 813,26 €	16%
Direção Regional de Cultura do Alentejo	17 584,00 €	17 584,00 €	100%
Instituto Politécnico de Lisboa	2 038,54 €	0,00€	0%
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária	303 595,52 €	74 777,45 €	25%
OPART - Organismo de Produção Artística	30 195,00 €	14 540,00 €	48%
Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana	76 535,66 €	29 230,36 €	38%
Docapesca - Portos e Lotas	25 761,28 €	15 769,36 €	61%
EPAL	59 210,15 €	7 025,65 €	12%
Águas do Vale do Tejo, S.A.	1 488,20 €	1 488,20 €	100%
Instituto dos Registos e do Notariado (IRN)	31 554,00 €	8 917,00 €	28%
SPMS - Serviços Partilhados do Ministério da Saúde	249 919,93 €	63 398,55 €	25%
Secretaria- Geral da Educação e Ciência	566 639,63 €	205 955,78 €	36%
Autoridade de Gestão do Mar 2020	80 625,00 €	0,00€	0%
Turismo de Portugal	677 771,07 €	341 031,34 €	50%
Estrut. Missão Comemorações do V Centenário da Circum-Navegação comandada pelo navegador português Fernão de Magalhães	23 305,00 €	12 681,00 €	54%
Secretaria- Geral do Ministério da Administração Interna	944 775,01 €	360 916,97 €	38%
Unidade Local de Saúde do Norte Alentejano	885,00€	885,00€	100%
Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil	62 190,00 €	15 547,50 €	25%
Totais	12 507 407,87 €	3 090 278,51 €	25%

4. INVESTIMENTOS COMUNICADOS COM INTERVENÇÃO DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

As campanhas de publicidade institucional podem ser adjudicadas pela entidade promotora a agências de publicidade, desde que estas reúnam os requisitos previstos no artigo 5.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

Nestes casos, 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».

Em 2021, foram comunicadas **25** campanhas de publicidade em que ocorreu a intervenção de agências de publicidade, envolvendo um investimento total de **5 350 515,25 euros**.

Fig. 2 – Investimentos com intervenção de agências de publicidade

Entidade	Campanhas c/ agência (n.º)	Campanhas c/ agência (€)
Instituto Nacional de Estatística	2	1 234 678,29
Secretaria-Geral da Presidência de Conselho de Ministros	3	267 245,72
Secretaria-Geral do Ministério do Ambiente	1	398 954,58
Centro de Recrutamento da Força Aérea	3	110 926,38
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas	1	549 928,68
Direção-Geral da Saúde	2	364 426,97
Instituto Politécnico de Lisboa	1	1 300,54
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	2	298 605,52
Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana	1	74 117,66
SPMS – Serv. Partilhados do Ministério da Saúde	1	249 919,93
Secretaria-Geral da Educação e Ciência	2	115 674,90
Turismo de Portugal	1	677 771,07
Secretaria-Geral do Minist. da Administração Interna	4	944 775,01
Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil	1	62 190,00
Totais	25	5 350 515,25

5. INVESTIMENTOS POR CAMPANHA

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), «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€».

No ano 2021, foram comunicadas **51 campanhas** de publicidade institucional do Estado que envolveram investimentos **superiores a 5 mil euros** na aquisição de espaços publicitários, das quais 6 investiram uma parcela inferior a 25% em órgãos de comunicação social regionais e locais.

Foram comunicadas ao Tribunal de Contas as situações irregulares resultantes do incumprimento do dever previsto no artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

Fig. 3 – Investimentos por campanha

Campanhas	TOTAL (€)	R/L (€)	R/L (%)	Entidade
Não deixes cair a máscara*	398 954,58	166 835,03	42%	SEA
A segurança é a sua praia*	593 474,56	37 748,93	6%**	
Projetos PRR*	10 126,04	0,00	0%**	AMA
Webinars - Resultados e desafios	4 950,00	0,00	0%	
Divulgação do Dia da Europa	4 325,00	0,00	0%	Adc
Portugal 2030: Um desafio estratégico	1 500,00	0,00	0%	
Não vá ao engano! Lixo não é no cano!	1 488,20	1 488,20	100%	Águas Vale do Tejo
Branding AGM*	80 625,00	0,00	0%**	AGM 2020
Aldeia Segura Pessoas Seguras*	62 190,00	15 547,50	25%	ANPC
Lisbon Motorcycle Film Fest	4 990,00	0,00	0%	
Avance para 2021 com toda a segurança*	75 802,69	18 950,67	25%	ANSR
O melhor presente é continuar presente*	222 802,83	55 826,78	25%	
Combate ao Assédio Moral e Sexual	1 890,00	0,00	0%	
Dia Nacional da Igualdade Salarial	1 890,00	0,00	0%	
41º Aniversário da CITE - 20.09.2020	1 890,00	0,00	0%	CITE
Formação de Públicos Estratégicos - POISE	1 800,00	1 800,00	100%	
Públicos Estratégicos 2 - POISE	110,00	110,00	100%	
Formação de Oficiais, Sargentos e Praças*	77 571,46	19 437,64	25%	CRFA
Academia da Força Aérea_2021*	20 378,25	5 167,25	25%	

Formação de Oficiais e Praças*	12 976,67	3 246,89	25%	
Divulgação do Projeto eSG3ID	4 063,00	0,00	0%	CHCB
Divulgação CHUCB	300,00	300,00	100%	
Nossa Língua- Nosso Chão (2.ª edição)	1 500,00	1 500,00	100%	DRCA
Agenda Cultural da Região Alentejo*	16 084,00	16 084,00	100%	
Campanha COVID-19*	5 107 105,69	754 750,68	15%**	
Massificação de testagem COVID-19*	279 478,00	68 625,04	25%	DGS
COVID-19 Não deixes o vírus entrar*	422 411,30	105 545,58	25%	
Utilização segura de antibióticos*	84 948,97	30 891,96	36%	
Espécies de Pescado*	14 146,12	4 154,20	29%	Docapesca
O Melhor Peixe é Nosso*	11 615,16	11 615,16	100%	
Magalhães -500 anos do Desc.do Estreito*	23 305,00	12 681,00	54%	EMCFM
Wone 1	3 977,00	0,00	0%	
Wone 2	720,00	0,00	0%	
Waterbeep1	1 350,00	0,00	0%	
Valor da Água na Comunidade	1 100,00	0,00	0%	
Waterbeep 2	1 190,00	0,00	0%	
Jarro Gota todas as Cores	4 540,00	0,00	0%	
Aqui bebo água da torneira	1 500,00	0,00	0%	
Aqui bebo água da torneira 2	1 150,00	0,00	0%	
App H2O Quality	1 350,00	0,00	0%	EPAL
AQUAmatrix 1	720,00	0,00	0%	
AQUAmatrix 2	1 400,00	0,00	0%	
Academia da EPAL 2021-2022	4 720,00	0,00	0%	
AQUAmatrix 3	1 350,00	0,00	0%	
App H2O Quality 2	720,00	0,00	0%	
Waterbeep	820,00	0,00	0%	
Projeto 0% Energia*	8 657,00	2 420,00	28%	
Academia de Formação da EPAL	4 050,00	0,00	0%	

Pós-Graduação T. e Gestão da Água*	12 968,15	4 605,65	36%	
0% Energia*	6 928,00	0,00	0%**	
Redução dos incêndios rurais 2021*	549 928,68	219 928,69	40%	ICNF
Concursos - Promoção Público Comunitária	450,00	450,00	100%	
Concurso Arrendamento Acessível	1 428,00	888,00	62%	IHRU
Concurso Arrendamento Acessível 2	540,00	0,00	0%	
Programa de Arrendamento Acessível*	74 117,66	27 892,36	38%	
Renovação Automática do CC*	14 150,50	3 542,00	25%	IRN
Reforço Renovação do CC*	17 403,50	5 375,00	31%	
CENSOS 2021*	1 168 628,32	294 263,29	25%	INE
Recrutamento Censos 2021*	66 049,97	16 869,97	26%	
Publicidade IPL	1 300,54	0,00	0%	IPL
Divulgação de duas Pós Graduações	738,00	0,00	0%	
Divulgação 1ª Fase CNAES	4 530,00	3 730,00	82%	IPV
Divulgação LNEG	2 100,00	0,00	0%	LNEG
Institucional LNEG	750,00	0,00	0%	
Temporada 2021*	5 200,00	5 200,00	100%	
Projetos OPART 2021*	24 055,00	8 400,00	35%	OPART
Companhia Nacional de Bailado 2021	940,00	940,00	100%	
Reposicionamento do SNS 24*	249 919,93	63 398,55	25%	SPMS
E.volui -Resultados 30 setembro 2021*	15 675,00	5 775,00	37%	
E.volui – Projetos Educação e Formação*	40 045,40	40 045,40	100%	
Resultados POCH a 30/06/2021*	15 492,00	6 220,00	40%	
Geração PRO- Cursos de Aprendizagem*	99 999,90	25 000,00	25%	SGEC
Estudo em Casa*	215 401,94	81 279,55	38%	
Escola em segurança*	73 883,27	19 398,61	26%	
E. volui*	81 581,12	21 902,22	27%	
POCH -Qualificar para Crescer*	24 561,00	6 335,00	26%	
Violência Doméstica*	15 567,70	4 083,70	26%	SGPCM

Violência Doméstica 2 – SECI*	152 975,27	50 795,29	33%	
Portugal Chama - Raposa Chama / AGIF*	58 627,75	47 500,09	81%	
Portugal Chama - Limpeza Terrenos*	112 397,10	37 757,81	34%	
AGIF - PNA (Plano Nacional de Ação)	3 690,00	0,00	0%	
Lit. Mediática -200 Anos Lei da Imprensa*	9 178,00	2 378,00	26%	
Portugal Chama - Comportamento de Risco	1 600,00	0,00	0%	
Apoio a Imigrantes – SEIM*	16 889,14	10 090,92	60%	
Informação Oficial ao seu Alcance INCM	96 220,87	23 738,97	25%	
No Natal Compre Cultura *	62 855,62	14 934,62	24% **	
Aldeia Segura, Pessoas Seguras*	301 625,92	158 479,56	52%	
Limpeza de terrenos –SGMAI*	38 089,96	38 089,96	98%	SGMAI
Eleição Presidente da República 2021*	405 274,56	101 953,88	25%	
Eleição das Autarquias Locais 2021*	199 784,57	62 393,57	31%	
20 anos da Lei da Liberdade Religiosa	1 202,94	0,00	0%	SGMJ
Visita Portugal*	677 771,07	341 031,34	50%	TP
Campanha Prevenção do Suicídio	885,00	885,00	100%	ULSNA

(*) Campanhas com investimento total superior a 5 mil euros

(**) Campanhas com investimento total superior a 5 mil euros e investimento inferior a 25% em meios regionais/locais

6. INVESTIMENTOS POR MEIOS

A publicidade institucional do Estado em 2021 foi distribuída por **699** órgãos de comunicação social, dos quais **611 são de âmbito regional /local**, cerca de **87%**.

No que respeita à análise por tipo de meio, verifica-se que foram utilizados **309** títulos de imprensa, **264** serviços de programas de rádio, **103** meios digitais e **23** serviços de programas televisivos.

Destaca-se o valor destinado ao meio Televisão, que recebeu mais de metade do valor total comunicado, cerca de **6,8 milhões**, seguindo-se a Rádio, com cerca de **2,6 milhões**, a Imprensa com cerca de **2,4 milhões** e, finalmente o meio digital com pouco mais de **218 mil euros**. Nos suportes que não se enquadram no conceito de OCS, designadamente redes sociais, plataformas digitais, Mupis, foram investidos cerca de 479 mil euros.

Nos meios regionais/locais a publicidade institucional do Estado foi distribuída pela Imprensa, **265**, seguindo-se a Rádio, **256** e, por último o Digital, **90**.

No que se refere aos meios de âmbito regional ou local, o investimento mais elevado foi destinado à Rádio, com cerca de **1,8 milhão**, seguiu-se a Imprensa, com pouco mais de **1,1 milhão** e, por fim, o meio digital com apenas **1 400 euros**.

Fig.4 – Gráfico de Investimento global por tipo de meios

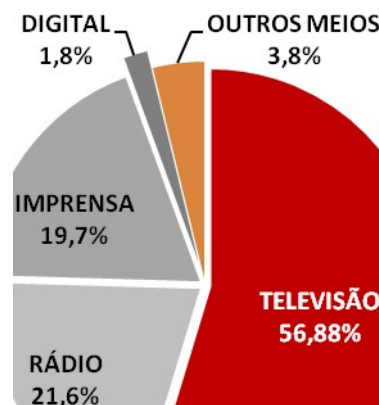
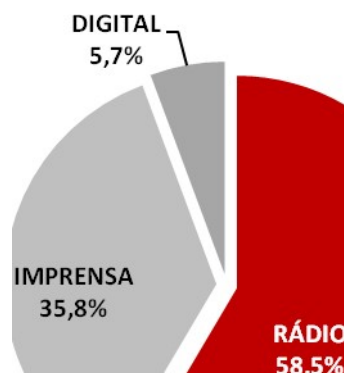


Fig. 5 – Gráfico de Investimento regional/local por tipo de meios



7. EVOLUÇÃO DOS INVESTIMENTOS POR MEIOS -2020/2021

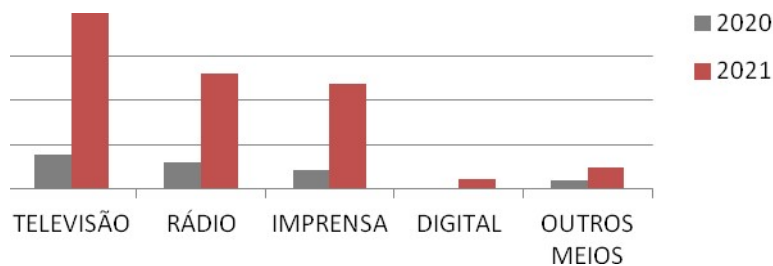
Face ao ano anterior, regista-se um aumento das campanhas comunicados à ERC, bem como do montante investido.

O número de OCS subiu de 271 para 699, com crescimento expressivo em todos os tipos de meios, quer de âmbito nacional, quer regional/local.

Fig. 6 – Distribuição da publicidade por tipo de meio

MEIO	2020 (n.º)	2021 (n.º)
TELEVISÃO	12	23
RÁDIO	123	264
IMPrensa	127	309
DIGITAL	9	103
TOTAL	271	699
MEIO	2020 (€)	2021 (€)
TELEVISÃO	779 473,67	6 841 320,10
RÁDIO	600 593,38	2 598 027,59
IMPrensa	435 834,66	2 370 674,05
DIGITAL	26 133,60	218 638,36
OUTROS MEIOS	189 870,87	478 747,77
TOTAL	2 031 906,18	12 028 660,10

Fig. 7 – Gráfico do investimento global por tipo de meios (euros)



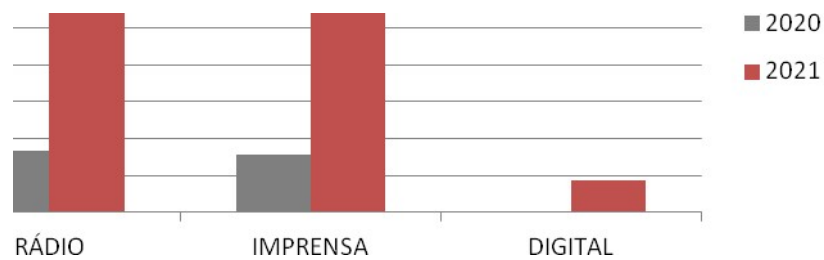
O investimento global comunicado em 2021, face ao ano anterior regista um aumento expressivo, cerca de 10 milhões, em todos os meios, com destaque para a Televisão, seguindo-se a Rádio, a Imprensa e, por último o Digital.

Fig. 8 – Investimento regional/local por tipo de meios (número)

MEIO	2020 (n.º)	2021 (n.º)
RÁDIO	118	256
IMPrensa	101	265
DIGITAL	2	90
TOTAL	221	611
MEIO	2020 (€)	2021 (€)

RÁDIO	331 856,22	1 807 507,09
IMPrensa	314 219,16	1 107 766,11
DIGITAL	1 400	175 005,31
TOTAL	647 475,38	3 090 278,51

Fig. 9 – Gráfico do investimento regional/local por tipo de meios (Euros)



O investimento regional/local regista igualmente um aumento expressivo, quase 2,5 milhões, salientando-se a Rádio, seguida da Imprensa. Ainda distanciado destes meios, mas revelando tendência de crescimento, situam-se os meios exclusivamente digitais.

Departamento de Supervisão
 Ângela Nobre