



***Intervenção do Deputado José Andrade no debate  
sobre o Projeto de Decreto Legislativo Regional – “Primeira alteração ao DLR 20/2010/A, de 31 de  
maio, que introduz regras de transparência na aquisição de publicidade pelos serviços da  
administração regional e local”***

*Horta, 11 de setembro de 2014*

Senhora Presidente

Senhoras e Senhores Deputados

Senhoras e Senhores Membros do Governo

Quem não deve, não teme.

Este dito popular deve aplicar-se à generalidade da ação governativa e, especialmente, aos diplomas que introduzem e ampliam as regras de transparência na aquisição de publicidade pelos serviços da administração regional e local.

A transparência, o rigor, a imparcialidade, a equidade e o respeito devem ser atributos indissociáveis da relação delicada entre poderes públicos e comunicação social.

Por ser delicada, deve esta relação regular-se e proteger-se com regras transversais e transparentes que minimizem a tentação e a suspeita de condicionar e favorecer ou penalizar.

Foi por isso que se justificou, em 2010, a criação de legislação específica para a administração regional e local.

É por isso que se justifica, em 2014, o seu alargamento para os serviços dependentes, fundos autónomos e outras entidades, independentemente da sua



natureza, que tenham participação direta ou indireta da Região Autónoma dos Açores.

A aplicação de **todos** os dinheiros públicos tem que ser **sempre** transparente.

Por isso esta iniciativa do PCP só pode merecer o apoio do PSD.

Fazemo-lo por uma questão de princípio, mas também, e sobretudo, por uma questão de convicção.

Os órgãos de comunicação social que servem as nossas comunidades pequenas e dispersas estão inseridos em mercados publicitários manifestamente insustentáveis, que tornam muito vulnerável a sua luta permanente pela sobrevivência empresarial.

Impõe-se, por isso, valorizar e reforçar os mecanismos existentes de escrutínio institucional para que o orçamento de todos não seja utilizado em proveito de alguns.

Nos termos do diploma em vigor, o departamento do governo regional com competência em matéria de comunicação social envia, anualmente, à Assembleia Legislativa um relatório sobre a aplicação do presente diploma no ano anterior.

Só a 6 de junho de 2014 é que o Governo enviou ao Parlamento os relatórios relativos aos anos de 2012 e 2013.

Em nome da transparência que a legislação vigente e proposta pressupõe, justifica-se divulgar e conhecer, aqui e agora, o registo meramente factual da publicidade institucional contratada pelo poder público na comunicação privada.



Até para assim concluir pela manifesta conveniência de promovermos agora o alagamento orgânico desta obrigação legal.

Desde logo, é curioso constatar como o calendário eleitoral influencia a publicidade institucional:

Em 2012, o último ano do governo anterior, foram contratados 182.000 euros;

Em 2013, o primeiro ano do governo atual, foram contratados 34.000 euros.

No ano passado, a Presidência do Governo foi a principal gastadora, com 13.000 euros de publicidade institucional.

Mas há dois anos, quando se disputavam as eleições regionais, a Secretaria Regional da Economia gastou 55.000 euros, a Secretaria da Ciência, Tecnologia e Equipamentos 39.000, a Secretaria da Educação, Ciência e Cultura 21.000, a Secretaria da Agricultura e Florestas 20.000 e a Presidência do Governo 19.000 euros.

Ainda mais curioso é constatar a que órgãos de comunicação social foi contratada a publicidade institucional no conjunto dos anos de 2012 e 2013.

Também aqui, apenas com factos e sem comentários.

O jornal “Açores 9” recebeu, sozinho, mais de 30% de toda a publicidade atribuída pelo governo regional a 40 órgãos de comunicação social dos Açores, sendo 46.000 euros para a sua versão em papel e 14.000 euros para a sua versão online.

O jornal “Açoriano Oriental” recebeu 26.000 euros, a “Rádio Açores/TSF” 15.000 euros, a “Média 9” 13.000 euros e a revista “Azorean Spirit” 10.000 euros.



A revista “Saber Açores” e o site “Expresso das Nove” receberam, cada qual, cerca de 8.000 euros;

O “Correio dos Açores” e o “Jornal Diário.Com” receberam, cada um, cerca de 7.000 euros;

Ao “Diário Insular” e à RTP/Açores foram atribuídos cerca de 6.000 euros;

A “Rádio Atlântida” e o jornal “Incentivo” tiveram cerca de 5.000 euros;

Ao “Diário dos Açores” e ao “Tribuna das Ilhas” coube cerca de 3.000 euros;

A “Alerta Saúde” e “A União” receberam cerca de 2.000 euros;

Com pouco mais de 1.000 euros de publicidade institucional em dois anos, encontramos “O Breves”, a “Rádio Cais”, a revista “100 Maiores Empresas”, o “Clube Asas do Atlântico”, o guia “Destinazores”, o “Mundo Açoriano” e “O Baluarte de Santa Maria”;

Com menos de 1.000 euros de publicidade institucional em 2012 e 2013, surgem a “Rádio Ilha”, “Rádio Pico”, “Rádio Graciosa”, “Rádio Antena 9” e “Rádio Lumena”;

Com menos de 500 euros, a “Açores Magazine”, o “Atlântico Expresso”, “O Dever”, o “Rádio Clube de Angra” e o “Terra Nostra”;

E ainda com menos de 200 euros em dois anos encontramos, no fundo da tabela, o “Jornal do Pico”, “O Monchique” e a rádio “Voz da Montanha”.

Os próprios relatórios do governo permitem, portanto, constatar curiosas conclusões, quando se relacionam as informações que nos são fornecidas de forma dispersa:

- que em ano de eleições regionais o governo aumenta a publicidade institucional em cerca de 80%!<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> 182.000 euros em 2012 e 34.000 euros em 2013

- que um único jornal mensal<sup>2</sup> recebe tanta publicidade do governo como os cinco jornais diários que se publicam nos Açores todos juntos<sup>3</sup>!

- que há três sites privados<sup>4</sup> que recebem mais publicidade do governo do que o somatório de todas as rádios e todos os jornais das ilhas de Santa Maria, Terceira, Graciosa, São Jorge, Pico, Faial e Flores<sup>5</sup>!

Não faltariam exemplos (no mínimo, estranhos) para demonstrar a aparente falta de critério na distribuição da publicidade institucional por parte do governo regional – desde um departamento que compra 18.000 euros de publicidade a um jornal<sup>6</sup> até outro departamento que compra 11 euros e 60 cêntimos de publicidade a uma rádio<sup>7</sup> ao longo do mesmo ano.

Mas a *ponta do iceberg* é quanto basta para percebermos que é mesmo preciso ir mais além na fiscalização da publicidade institucional – ampliando a natureza das entidades abrangidas e alargando o âmbito das informações exigidas.

E não haverá, nesta matéria, razão de receio. Porque, para terminar como comecei, “quem não deve, não teme”...

---

<sup>2</sup> Açores 9 (46.000 euros)

<sup>3</sup> Açoriano Oriental (26.000) + Correio dos Açores (7.000) + Diário Insular (6.000) + Incentivo (5.000) + Diário dos Açores (3.000) = 47.000 euros

<sup>4</sup> Açores 9 online (14.000) + Expresso das Nove online (8.000) + Jornal Diário.Com (7.000) = 29.000 euros

<sup>5</sup> Diário Insular (6.974) + Incentivo (5.297) + Tribuna das Ilhas (2.726) + A União (1.933) + Ilha Maior (1.698) + O Breves (1.540) + Rádio Cais (1.479) + Clube Asas do Atlântico (1.442) + O Baluarte de Santa Maria (1.048) + Rádio Ilha (916) + Rádio Pico (776) + Rádio Graciosa (605) + Rádio Antena 9 (565) + Rádio Lumena (522) + O Dever (368) + Rádio Clube de Angra (243) + Jornal do Pico (185) + O Monchique (139) + Rádio Voz da Montanha (102) = 28.558 euros

<sup>6</sup> Secretaria Regional da Ciência, Tecnologia e Equipamentos adquiriu 18.000 euros de publicidade institucional ao jornal “Açores 9” em 2012

<sup>7</sup> Secretaria Regional da Educação, Ciência e Cultura adquiriu 11,60 euros de publicidade institucional à Rádio Pico em 2012