

19 entidades comunicam à ERC que realizaram 136 campanhas publicitárias

Investimento em Publicidade Institucional do Estado soma 1 322 464,33 euros no ano 2018

Em 2018, os serviços da administração direta do Estado, os institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial do Estado comunicaram à ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social a realização de 136 campanhas de publicidade institucional do Estado, num total de 1 322 464,33 euros.

Recorde-se que estas entidades se encontram abrangidas pela [Lei n.º 95/2015 de 17 de agosto](#) que estabelece 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.

O tipo de meio que mais se destacou pelo volume de investimento foi a televisão com o registo de 595 040 euros. Os serviços de programas generalistas foram a opção mais selecionada. No entanto assistiu-se igualmente à distribuição de publicidade em três serviços temáticos e em serviços de âmbito Internacional.

Na imprensa, o investimento representou cerca de 350 mil euros, seguindo-se a rádio com cerca de 262 mil euros e o digital com pouco mais de 32 mil euros.

Verificou-se também que 11 das 19 entidades que comunicaram à ERC despesas em campanhas de publicidade institucional do Estado investiram em meios de comunicação social regionais e locais, atingindo um total de 309 804,68 euros, o que corresponde a um valor percentual de 23,4 % do total anual investido na aquisição de espaços publicitários.

De salientar, o aumento de 76 %, no que respeita aos investimentos distribuídos pelos meios de comunicação social regionais e locais, por comparação com o ano anterior, segundo dados da Plataforma Digital da ERC.

O valor unitário mais elevado comunicado por entidade, no período em análise, correspondeu à campanha de sensibilização para a redução dos incêndios rurais, promovida pelo Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, que atingiu o montante de 549 948,91 euros, dos quais 151 831,30 euros foram investidos em meios de comunicação social regionais e locais.

Considerando a totalidade dos investimentos comunicados na Plataforma Digital da ERC, em 2018, constata-se que o montante global foi significativamente mais elevado, relativamente ao ano 2017 (914 806,77 euros). O único meio no qual ocorreu uma descida do valor anual comunicado, foi a rádio. Nos restantes meios registaram-se subidas que se podem considerar significativas, com destaque especial para o crescimento registado no meio imprensa.

A ERC disponibiliza mais detalhes sobre o apuramento das campanhas de publicidade institucional do Estado, em 2018, no documento em anexo: “Publicidade Institucional do Estado em 2018”.

Lisboa, 5 de julho de 2019