

23 entidades comunicam à ERC a realização de 116 campanhas publicitárias

Publicidade Institucional do Estado ultrapassa os 3 milhões em 2019

No ano 2019, 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, através da [Plataforma Digital da Publicidade Institucional do Estado](#), a realização de 116 campanhas publicitárias, no montante total de 3 364 325,43 euros. O que constitui um acréscimo superior a dois milhões de euros face ao verificado no ano 2018.

A verba destinada aos meios de comunicação social regionais e locais foi de 744 341,47 euros, correspondendo a 22,1 % do total anual investido na aquisição de espaços publicitários.

Refira-se que a ERC tem por competência, nos termos do disposto nos números 1 e 2 do artigo 10.º da [Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto](#), verificar o cumprimento dos deveres de comunicação e transparência previstos sobre as campanhas de publicidade institucional do Estado e, nomeadamente, fiscalizar a aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional em cada campanha.

No decurso de 2019, a ERC verificou que as campanhas realizadas foram promovidas por 23 entidades. A Direção-Geral da Saúde sobressai como a que comunicou o investimento mais elevado (829 967,64 euros) nas seis campanhas que promoveu e a que destinou a verba mais elevada (198 889,37 euros) a meios de comunicação social de âmbito regional e local. A entidade que comunicou o mais significativo investimento em meios regionais/locais numa única campanha (179 036,63 euros) foi o Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas.

No que se refere aos investimentos comunicados por mês, verifica-se uma grande instabilidade, destacando-se o mês de novembro com investimentos acima dos 900 mil euros, julho com investimentos superiores a 550 mil euros e outubro com investimentos a ultrapassar os 450 mil euros.

Em 2019, foram 278 os órgãos de comunicação social contemplados com publicidade, sendo 222 destes de âmbito regional/local. No que respeita ao tipo de meio, o número mais elevado verificou-se na Rádio (115), das quais 109 se referem a rádios de âmbito regional e local. Seguiu-se o meio Imprensa com um total de 108, sendo 86 dos títulos regionais e locais e depois o meio Digital com 43 meios, dos quais 27 regionais e locais.

Na Televisão foram abrangidos 12 meios. Verificou-se contudo que o valor investido neste meio foi o mais elevado (1 milhão e meio de euros) comparativamente aos outros suportes de *media*.

A ERC disponibiliza, em anexo, o Relatório “Publicidade Institucional do Estado em 2019” no qual se detalham os investimentos comunicados à ERC, em 2019, e a sua conformidade com a norma aplicável à publicidade institucional do Estado.

Lisboa, 22 de julho de 2020