

ERC regista comunicação de 33 campanhas publicitárias promovidas por 13 entidades

Investimento em Publicidade Institucional do Estado soma 1 287 996,21 euros nos primeiros seis meses de 2020 e mais que duplica no segundo trimestre

A ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social publicou esta quinta-feira um relatório que analisa o impacto que os contextos Pré COVID-19 e COVID-19 tiveram na promoção de campanhas de Publicidade Institucional do Estado em Portugal, ao longo do primeiro semestre de 2020. Segundo os dados apurados, os serviços da administração direta do Estado, os institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial do Estado mais que duplicaram, entre abril e junho de 2020, o investimento de 360 mil euros que tinham feito entre janeiro e março.

Nos primeiros seis meses do ano foi comunicada à ERC, através da Plataforma Digital da Publicidade Institucional do Estado, a realização de 33 campanhas publicitárias, subscritas por 13 entidades, no montante global de 1 287 996,21 euros. Destes, cerca de 928 mil euros foram movimentados no último trimestre.

A ERC verificou também que no semestre em análise foram canalizados para os meios de comunicação social regionais e locais 463 734,08 euros, o que corresponde a um valor percentual de 36% do total semestral investido na aquisição de espaços publicitários. Verificou-se neste segmento de meios também um investimento mais expressivo no segundo trimestre, atingindo um total de cerca de 354 mil euros.

Lisboa correspondeu ao distrito que veiculou o maior número de campanhas em OCS regionais e locais (10) e recebeu o maior investimento regional/local, 100 520,52 euros.

O Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas surge como a entidade que comunicou o mais elevado investimento nas duas campanhas que promoveu (551 040,00 euros), tendo destinado aos meios de comunicação social de âmbito regional e local a verba mais elevada, 220 239,97 euros.

A análise comparativa do primeiro e segundo trimestres do triénio 2018/2019/2020 permitiu à ERC concluir que, no primeiro trimestre de 2018 e 2019, foi comunicado idêntico número de campanhas de publicidade institucional do Estado (30) e de entidades promotoras (10). Em 2019, o investimento comunicado (635 692,07 euros) aumentou mais do que duas vezes comparativamente ao período homólogo de 2018 (239 018,94 euros).

No primeiro trimestre de 2020 observou-se a distribuição do investimento por 17 campanhas, promovidas por 9 entidades, num montante que correspondeu a uma subida de 51% face ao período correspondente de 2018 e a uma descida de 43% face ao mesmo período de 2019.

Nos segundos trimestres de 2018 e 2019, a ERC recebeu a comunicação de 18 e 12 campanhas promovidas por 8 entidades, que representaram investimentos de 23 192,40 euros e de 249 399 euros, respetivamente. No segundo trimestre de 2020, os 927 812,93 euros investidos representaram uma subida significativa dos investimentos entre anos, correspondendo a cerca de quarenta vezes mais que o registado no período homólogo de 2018 e a uma subida de quatro vezes face ao mesmo período de 2019.

Em anexo, disponibiliza-se a versão integral do Relatório “Publicidade Institucional do Estado - Impacto em contextos Pré COVID-19 e COVID-19”.

Lisboa, 15 de outubro de 2020