

Publicidade Institucional do Estado



Relatório março 2016

1. A Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante 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 e fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e transparência previstos sobre as campanhas de publicidade institucional do Estado e, ainda, o dever de aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional em cada campanha.
2. No exercício de tais competências, a ERC procede à análise das informações remetidas pelas entidades abrangidas pela citada lei, designadamente os serviços da administração direta do Estado, institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial.
3. Após a implementação da plataforma eletrónica (prevista para o mês de junho), a ERC disponibilizará, no seu sítio de internet, um relatório mensal sobre a adjudicação das campanhas de publicidade institucional do Estado.
4. A ERC continua a proceder ao esclarecimento de pedidos de informação (por escrito e telefone) sobre a aplicação do regime jurídico da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.
5. Importa salientar que a maioria das comunicações remetidas à ERC dizem respeito à aquisição de espaço publicitário nos meios de comunicação para divulgação de concursos públicos ou avisos.
6. Tratando-se de atos de publicação obrigatória, tais campanhas não são objeto de análise pela ERC por não integrarem o conceito de publicidade institucional do Estado previsto na alínea a) do artigo 3.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.
7. Neste sentido, para além do devido esclarecimento prestado por escrito a estas entidades, a ERC tem apelado à sua sensibilização para a consulta das “Perguntas Frequentes” relativas à publicidade institucional do Estado disponíveis na sua página de internet.
8. Com base nas informações remetidas pelas entidades promotoras ao abrigo do dever de comunicação previsto no artigo 7.º na citada lei, a ERC procede à elaboração de uma informação mensal sobre a adjudicação e respetiva distribuição das campanhas de publicidade institucional do Estado.
9. Na Fig. 1, procedeu-se à identificação e análise das campanhas de publicidade institucional do Estado comunicadas a esta entidade durante o mês de março de 2016, nomeadamente o montante investido e órgão de comunicação social utilizado pelas entidades promotoras.

Fig. 1 – Entidades que procederam ao dever de comunicação durante o mês de março de 2016

Designação da Entidade	Montante Investido	Órgão de Comunicação	Designação do Órgão de Comunicação Local e Regional
Presidência do Conselho de Ministros	€ 2.278,02	Imprensa	O Ribatejo/ O Setubalense/ Diário do Minho/ A Voz de Trás os Montes/ Mensageiro de Bragança/ Gazeta do Interior/ Diário de Aveiro/ Diário das Beiras
CCDR – Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve	€ 3.519,33	Imprensa / Órgão de Comunicação Digital	Jornal O Público/ A Voz do @Igarve (jornal On-line) / Diário On-line/ Sul informação On-line

10. Atendendo à escassez de comunicações recebidas durante os meses de fevereiro e março de 2016, a ERC irá proceder à sensibilização das entidades através do envio de informação relativa aos deveres de comunicação e transparência a que se encontram sujeitas no âmbito da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.