



ENTIDADE REGULADORA  
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

## PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO EM 2018

**RELATÓRIO DE REGULAÇÃO**  
2018



# Relatório de Regulação 2018

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL  
DO ESTADO EM 2018

## **TÍTULO:**

"Publicidade Institucional do Estado em 2018"

## **EDIÇÃO:**

ERC—Entidade Reguladora para a Comunicação Social

## **SUPERVISÃO:**

Celeste Grácio, Coordenadora da Unidade de Supervisão da ERC

## **AUTORIA:**

Ângela Nobre, Técnica da Unidade de Supervisão da ERC

## **CONCEÇÃO GRÁFICA E PAGINAÇÃO:**

Madde Comunicação

## **REVISÃO:**

Nuno Miguel Tomás

Lisboa, junho de 2019

## ÍNDICE

### PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO EM 2018

1. VISÃO GLOBAL .....	4
2. ENQUADRAMENTO .....	4
3. INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES .....	5
4. INVESTIMENTOS COMUNICADOS POR MÊS .....	7
5. CAMPANHAS DE VALOR IGUAL OU SUPERIOR A 15 MIL EUROS .....	9
6. DISTRIBUIÇÃO DAS CAMPANHAS PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL .....	10
7. INVESTIMENTOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO .....	16
7.1. DISTRIBUIÇÃO POR MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL .....	16
7.2. DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS – EVOLUÇÃO 2017/2018 .....	18

## **1. VISÃO GLOBAL**

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, encontram-se previstas na Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

O referido diploma atribui à ERC competências para verificar e fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e da aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional.

As aquisições de espaço publicitário para divulgação de publicidade institucional do Estado são comunicadas à ERC através da plataforma “Publicidade Institucional do Estado”, na qual também é inserida pelas entidades a documentação de suporte, comprovativa das despesas de distribuição das campanhas.

Em 2018, os investimentos comunicados à ERC pelas entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado atingiram o montante global de 1 322 464,33 €, num total de 136 campanhas comunicadas ao longo do ano, por 19 entidades abrangidas pelos deveres de comunicação, contidos no referido diploma.

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

De salientar com nota positiva 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 investimento mais elevado foi realizado com a distribuição da campanha de sensibilização para a redução dos incêndios rurais, promovida pelo Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, que atingiu um montante próximo dos 550 mil euros, dos quais cerca de 152 mil euros foram investidos em meios de comunicação social regionais e locais.

## **2. ENQUADRAMENTO**

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social 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 na lei, sobre as campanhas de Publicidade Institucional do Estado, bem como a aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional em cada campanha.

As entidades abrangidas por esta norma, designadamente os serviços da administração direta do Estado, os institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial do Estado, devem comunicar à ERC os custos da aquisição de espaço publicitário para a realização de campanhas de publicidade institucional do Estado, «até 15 dias após a sua contratação, através do envio de cópia da respetiva documentação de suporte», em conformidade com o artigo 7.º da referida lei.

No que respeita à distribuição da publicidade institucional do Estado, o normativo em referência prevê ainda, no n.º 1 do artigo 8.º, que «deve ser afeta aos órgãos de comunicação social regionais e locais uma percentagem não inferior a 25 % do custo global previsto de cada campanha de publicidade do Estado de valor unitário igual ou superior a 15 000€».

A Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, 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.

A ERC é competente para fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e transparência previstos sobre as campanhas de publicidade institucional do Estado e, ainda, o dever de verificação da aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional em cada campanha, de acordo com o n.º 4 do artigo 8.º.

Encontram-se abrangidos pelos deveres de comunicação e transparência os serviços da administração direta do Estado, os institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial, em conformidade com o disposto no artigo 2.º deste diploma.

Importa salientar que à ERC não é atribuída competência sancionatória, mas tão só o dever de comunicar ao Tribunal de Contas os casos de incumprimento da norma em causa, de acordo com o disposto no artigo n.º 3 do artigo 10.º da lei em apreço.

No cumprimento do disposto no n.º 1 artigo 11.º do mesmo normativo, a ERC elabora um relatório atualizado sobre a adjudicação e distribuição das campanhas de publicidade institucional do Estado, a ser disponibilizado mensalmente no sítio da internet desta entidade.

Igualmente nos termos definidos do referido artigo, no seu n.º 2, «compete ainda à ERC a elaboração de um relatório anual sobre o grau de cumprimento da presente lei, que remete à Assembleia da República até ao final do primeiro semestre de cada ano civil».

A fim de obter os dados necessários ao exercício das referidas competência e deveres, a ERC concebeu uma Plataforma Digital, através da qual as entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado comunicam a despesa realizada com a aquisição de espaços nos órgãos de comunicação social, por campanha, adicionando ainda a necessária documentação de suporte.

Dado o exposto, o presente Relatório anual vem dar cumprimento ao dever previsto no citado articulado.

Além da descrição e da análise dos investimentos comunicados em 2018 na Plataforma Digital, e da sua conformidade com a norma aplicável à Publicidade institucional do Estado, é também apresentada uma análise comparativa com os investimentos comunicados no ano anterior.

### **3. INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES**

A despesa decorrente da aquisição de espaço publicitário, para divulgação de mensagens de publicidade institucional do Estado deve ser comunicada à ERC até 15 dias após a sua contratação, através do envio de cópia da respetiva documentação de suporte, nos termos do n.º 1 do artigo 7.º do normativo aplicável.

Os investimentos comunicados pelas entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado atingiram, em 2018, o montante global anual de 1 322 464,33€. Aos meios de comunicação social de âmbito regional e local foi destinada uma verba de 309 804,68€.

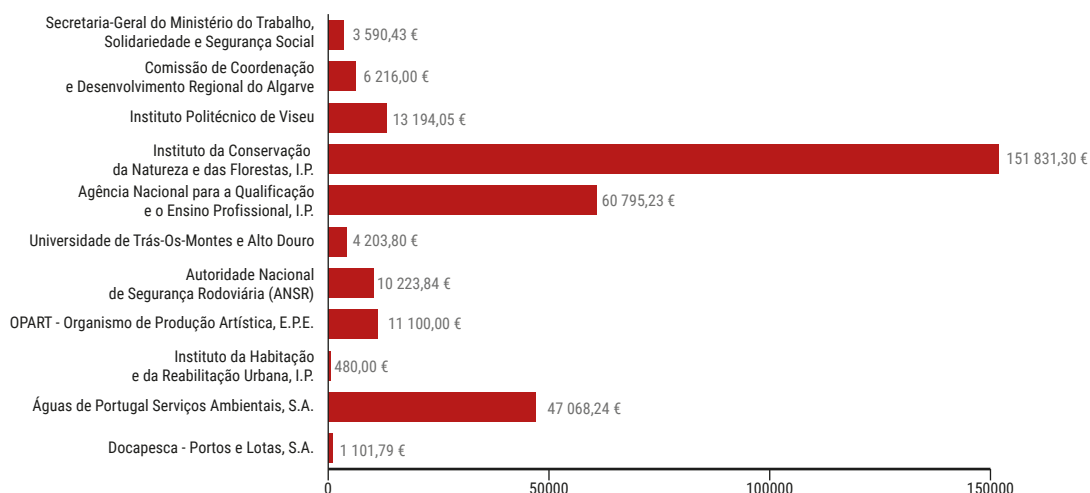
Na Figura 1 apresentam-se os investimentos totais comunicados por cada entidade ao longo de 2018, bem como o investimento que as mesmas efetuaram em órgãos de comunicação social de âmbito regional e local.

Verificou-se que 11 das 19 entidades que comunicaram despesas em campanhas de publicidade institucional do Estado investiram em meios de comunicação social regionais e locais.

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 €, dos quais 151 831,30 € foram investidos em meios de comunicação social regionais e locais, o que correspondeu a uma percentagem de 27,6 %.

**Fig. 1 – Investimentos em campanhas de publicidade institucional do Estado comunicados pelas entidades – 2018**

Entidade	N.º de campanhas	Investimento global	Investimento Meios locais /regionais
Agência para o Desenvolvimento e Coesão	1	2 240,00 €	
Secretaria-Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social	30	9 042,43 €	3 590,43 €
Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve	33	8 377,00 €	6 216,00 €
Instituto Politécnico de Viseu	29	15 071,24 €	13 194,05 €
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas	1	549 948,91 €	151 831,30 €
Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego	2	8 990,00 €	
Laboratório Nacional de Energia e Geologia	1	738,00 €	
Direção-Geral da Saúde	1	12 280,31 €	
Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional	2	240 630,15 €	60 795,23 €
Universidade de Trás-Os-Montes e Alto Douro	13	7 450,28 €	4 203,80 €
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária	1	118 982,09 €	10 223,84 €
Instituto Politécnico do Porto	2	1 440,00 €	
Marinha Portuguesa	4	6 071,67 €	
OPART - Organismo de Produção Artística	7	21 577,00 €	11 100,00 €
Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana	1	874,00 €	480,00 €
Águas de Portugal Serviços Ambientais	2	159 518,50 €	47 068,24 €
Docapesca - Portos e Lotas	4	153 794,30 €	1 101,79 €
Serviço de Estrangeiros e Fronteiras	1	4 854,20 €	
Instituto da Mobilidade e dos Transportes	1	584,25 €	
<b>Totais</b>	<b>136</b>	<b>1 322 464,33 €</b>	<b>309 804,68 €</b>

**Fig. 2 – Gráfico de investimentos em meios regionais e locais comunicados por entidade – 2018**

As campanhas de publicidade institucional podem ser adjudicadas pela entidade promotora a agências de publicidade, desde que estas reúnam determinados requisitos, previstos no artigo 5.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

Em 2018, foram adjudicadas campanhas de publicidade institucional do Estado a cinco agências de publicidade (Figura 3).

**Fig. 3- Agências de publicidade adjudicadas em campanhas de publicidade institucional do Estado – 2018**

Agência de Publicidade	Entidade
MEDIA GATE – Agência de Meios e Comunicação	Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas
Nova Expressão – Planeamento de Media e Publicidade	Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional
Popular Jump Great Global – Comunicação e Marketing	Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária
MEDIA GATE – Agência de Meios e Comunicação	Águas de Portugal Serviços Ambientais

#### **4. INVESTIMENTOS COMUNICADOS POR MÊS**

A ERC é responsável pela elaboração de um relatório atualizado sobre a adjudicação das ações informativas e publicitárias, bem como sobre a sua distribuição, no cumprimento das competências que lhe são atribuídas no n.º 1 do artigo 11º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto. O referido artigo determina ainda que os relatórios elaborados sejam disponibilizados mensalmente no sítio da internet da ERC.

Nas Figuras 4 e 5 são apresentados os investimentos mensais comunicados em 2018 e, em paralelo, os valores comunicados nos meses homólogos de 2017.

Destaca-se o montante declarado no mês de outubro de 2018, que ultrapassou meio milhão de euros. Comparando com o ano anterior, verifica-se que o valor mais elevado situou-se no mês de setembro.

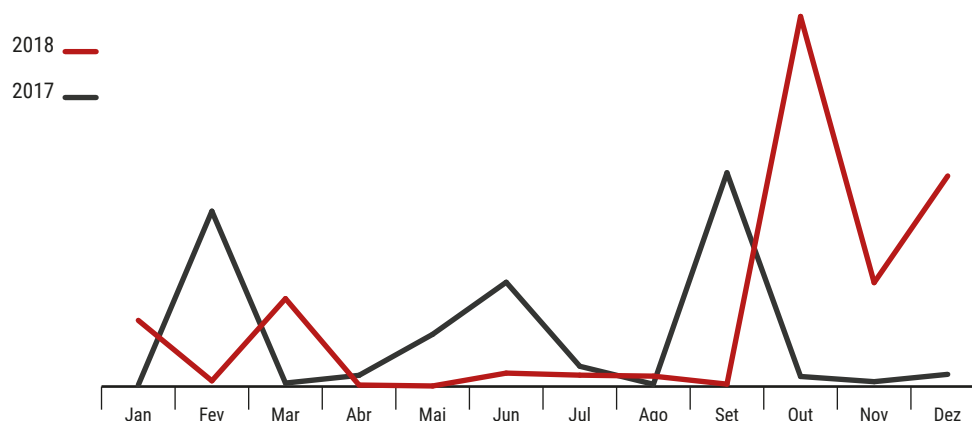
Salienta-se que o investimento global anual comunicado em 2018 foi significativamente superior ao comunicado em 2017. O aumento das despesas com a aquisição de espaço publicitário para divulgação de campanhas de publicidade institucional do Estado foi de 407 657,56 €, correspondendo a uma percentagem de crescimento de cerca de 45 %.

No que respeita às verbas distribuídas pelos meios de comunicação social regionais e locais, é de salientar, igualmente com nota positiva, o aumento registado em 2018, ano em que foi comunicado um valor total de 309 804,68 €. De acordo com os dados da Plataforma Digital da ERC, o montante comunicado em 2017 foi de 175 939,19 €, o que consubstancia um acréscimo de 133 865,49 €, correspondente a um valor percentual de 76 %.

**Fig. 4 – Distribuição dos investimentos globais por mês – Evolução 2017/2018**

Mês	Ano 2018	Ano 2017
Janeiro	98 978,54 €	2 217,00 €
Fevereiro	8 518,00 €	262 336,29 €
Março	131 522,40 €	5 190,03 €
Abril	2 240,00 €	16 762,01 €
Mai	860,00 €	78 119,13 €
Junho	20 092,40 €	156 034,15 €
Julho	17 010,90 €	30 308,00 €
Agosto	15 556,80 €	3 431,70 €
Setembro	3 581,25 €	319 834,29 €
Outubro	553 666,51 €	15 044,99 €
Novembro	155 413,56 €	7 276,53 €
Dezembro	315 023,97 €	18 252,65 €
<b>TOTAL /ANO</b>	<b>1 322 464,33 €</b>	<b>914 806,77 €</b>

**Fig. 5 – Gráfico dos investimentos globais por mês – Evolução 2017/2018**





## 5. CAMPANHAS DE VALOR IGUAL OU SUPERIOR A 15 MIL EUROS

Nos termos do n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, «deve ser afeta aos órgãos de comunicação social regionais e locais uma percentagem não inferior a 25 % do custo global previsto de cada campanha de publicidade institucional do Estado de valor unitário igual ou superior a 15 000 €».

Importa ainda referir que, de acordo com o n.º 2 do artigo 10.º, «não é permitido o pagamento de campanhas de publicidade institucional sem que a respetiva despesa esteja antecipadamente registada na ERC e sem que esteja cumprido o disposto no artigo 8.º».

Em 2018, foram comunicadas na Plataforma Digital seis campanhas que atingiram valores superiores a 15 mil euros (Figura 6).

**Fig. 6 - Campanhas abrangidas pelo artigo 8.º, da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto - 2018**

ENTIDADE	Campanha	Investimento
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas	Redução dos incêndios rurais	549 948,91 €
Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional	Programa QUALIFICA	236 880,15 €
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária	Campanha Natal e Ano Novo 2017/2018	118 982,09 €
Águas de Portugal	Sensibilização para os efeitos da seca	95 298,93 €
	Sensibilização para o valor da água	64 219,57 €
Docapesca - Portos e Lotas	Promoção do Consumo do Carapau	153 794,30 €

Verificou-se que quatro entidades não procederam, em tempo oportuno, à comunicação das despesas realizadas com a aquisição de espaços publicitários, isto é, nos termos do n.º 1 do artigo 7.º, no que determina o dever de comunicar à ERC a aquisição de espaços publicitários «até 15 dias após a sua contratação».

Na sequência do exposto, as entidades em causa foram notificadas no sentido de procederem à inserção da informação na Plataforma Digital da ERC, bem como da respetiva documentação de suporte. Os casos foram comunicados ao Tribunal de Contas, como determina o n.º 3 do artigo 10.º da referida norma.

**Fig. 7 – Deveres de comunicação e transparência – Casos de irregularidades 2018**

ENTIDADE	CAMPANHA
Direção-Geral de Alimentação e Veterinária	Sensibilização contra o Abandono de Animais de Companhia
	Inverno 2018/2019 - Plano de Contingência Saúde Sazonal
Direção-Geral da Saúde	Vacinação contra a Gripe
	Vacinação sobre Sarampo
Instituto da Mobilidade e dos Transportes	Portal IMT Online - Revalidar a carta de condução à distância de um clique
EPAL – Empresa Portuguesa das Águas Livres	EPAL, 150 anos

## 6. DISTRIBUIÇÃO DAS CAMPANHAS PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Os investimentos comunicados à ERC pelas diversas entidades, relativos às despesas com a aquisição de espaços publicitários envolveram um total de 192 órgãos de comunicação social, dos quais 146 são de âmbito regional ou local.

O número mais elevado registou-se no meio imprensa, no qual foram escolhidos 86 títulos, dos quais 64 se referem a órgãos de comunicação social de âmbito regional e local. Seguiu-se o meio rádio, com um total de 58 serviços, 54 deles regionais e locais, e, por fim, o meio digital que ainda surge em menor número, num total de 38, sendo 28 de âmbito regional/local (Figura 8).

**Fig. 8 – Órgãos de comunicação social – Distribuição de publicidade institucional do Estado - 2018**

Meio	Âmbito geográfico	
	Nacional (n.º)	Regional/Local (n.º)
TV	10	
RÁDIO	4	54
IMPRENSA	22	64
DIGITAL	10	28
<b>Totais</b>	<b>46</b>	<b>146</b>

Tendo como fonte a informação inserida pelas entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado e inseridas na plataforma digital, apresenta-se a listagem dos órgãos que receberam investimentos de publicidade institucional do estado, identificados por título, tipo de meio e âmbito geográfico (Figuras 9 a 15).

### ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DE ÂMBITO NACIONAL

**Fig. 9 – Órgãos de comunicação social de âmbito nacional / internacional – Televisão - 2018**

Órgão de comunicação social	Meio	Âmbito geográfico
SIC		
TVI		
RTP 1		
RTP 2		
RTP Memória		
RTP 3	Televisão	Nacional / Internacional
CANAL NOS		
Correio da Manhã TV		
RTP África (Internacional)		
RTP Internacional (Internacional)		

**Fig. 10 – Órgãos de comunicação social de âmbito nacional – Rádio - 2018**

<b>Órgão de comunicação social</b>	<b>Meio</b>	<b>Âmbito geográfico</b>
Antena1		
RR		
RFM	Rádio	Nacional
Rádio Comercial		

**Fig. 11 – Órgãos de comunicação social de âmbito nacional - Imprensa - 2018**

<b>Órgão de comunicação social</b>	<b>Tipo</b>	<b>Âmbito geográfico</b>
Record - Imprensa		
A Bola		
Expresso - Imprensa		
Diário de Notícias - Imprensa		
Jornal de Notícias		
Revista de Marinha		
Maria		
Correio da Manhã - Imprensa		
Indústria - Revista de Empresários e Negócios		
Visão - Imprensa		
Público - Imprensa	Imprensa	Nacional
TV Mais		
Cargo		
Ana		
Negócios - Imprensa		
Ensino Magazine		
Telenovelas		
Destak - Imprensa		
Transportes Em Revista		
Sábado - Imprensa		
Sol - Imprensa		

**Fig. 12 – Órgãos de comunicação social de âmbito nacional – Digital - 2018**

Órgão de comunicação social	Meio	Âmbito geográfico
Diário de Notícias - Digital		
Correio da Manhã - Digital		
Público - Digital		
Ambitur - Digital		
Sapo	Digital	Nacional
Caminha 2000		
DiáriOnline		
Dinheiro Vivo		
Observador		
Jornal de Notícias		

### ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL REGIONAIS/LOCAIS

**Fig. 13 – Órgãos de comunicação social de âmbito regional e local – Rádio -2018**

Órgão de comunicação social	Meio	Âmbito geográfico
Rádio Barca		
Rádio Local de Barcelos		
Total FM		
Rádio Clube de Lamego		
RCC - Rádio Clube da Covilhã		
Rádio Festival		
Radio Portalegre		
Rádio Geice		
Rádio Antena Minho		
Radio Fóia	Rádio	Regional /Local
Rádio Regional do Centro		
Rádio Baía		
Rádio Alvor		
Rádio Pernes		
Rádio Jornal Caminhense		
Terra Nova		
Rádio Marcoense		
Rádio Jornal de Setúbal		
Rádio F		

---

Rádio Alto Minho		
Rádio Telefonía do Alentejo		
Rádio Condestável		
Rádio Sines		
Rádio Lagoa		
Universidade FM		
Sesimbra FM		
Rádio Beira Litoral		
Rádio Altitude		
Vila de Rei - FM		
Rádio RCE - Golegã		
Rádio Voz do Marão		
Rádio Botaréu		
Record FM		
Rádio Pax		
Rádio 94FM		
Rádio Diana		
Rádio Antena Livre	Rádio	Regional /Local
Rádio Escuro		
Pampilhosa 97.8 FM		
TSF		
Rádio Brigantia		
Foz do Mondego Rádio		
Rádio Gilão		
Cidade FM Algarve		
Rádio Clube Aguiarense		
Estação Diária		
RDS		
Rádio Cultural de Cerveira		
RACAB - Rádio Castelo Branco		
RCI		
Rádio Portimão		
Rádio Litoral - Peniche		
TSF - Rádio Jornal Lisboa, Lda.		
Rádio Record FM Leiria		

---

**Fig. 14 – Órgãos de comunicação social de âmbito regional e local – Imprensa -2018**

<b>Órgão de comunicação social</b>	<b>Meio</b>	<b>Âmbito geográfico</b>
Correio do Minho - Imprensa		
Diário de Coimbra		
Reconquista - Imprensa		
Diário de Notícias - Imprensa		
Diário do Sul - Imprensa		
Jornal do Fundão		
Diário do Minho		
A Comarca da Sertã		
Região de Leiria		
Almeirinese, O - Imprensa		
Diário do Alentejo		
Badaladas		
Jornal da Beira		
Cerveira Nova		
Jornal da Madeira		
Jornal do Algarve - Imprensa		
Voz de Trás-os-Montes, A - Imprensa	Imprensa	Regional /Local
Caminhense, O		
Messageiro de Bragança		
Notícias da Covilhã		
Noticias do Douro - Imprensa		
Notícias de Viseu		
Folha do Domingo		
Barlavento - Imprensa		
A Aurora do Lima		
Mirante		
Jornal de Matosinhos - Imprensa		
Setubalense, O - Imprensa		
Diario de Viseu		
Verdade, A		
As Beiras		
Notícias da Barca		
Jornal de Leiria		

Notícias do Paiva		
Jornal Nordeste		
Tribuna Pacense		
O Mirante - Semanário Regional - Imprensa		
Gazeta do Interior - Imprensa		
Jornal das Caldas		
Terras da Beira - Imprensa		
Comércio de Baião, o		
Diário de Aveiro		
Via Rápida - Imprensa		
Diário de Leiria		
Alto Minho - Imprensa		
Voz de Chaves, A		
Jornal da Região		
Região de Águeda		
Notícias de Vila Real	Imprensa	Regional /Local
Interior, O		
Maia Hoje - Imprensa		
O Gaiense		
Jornal do Centro - Imprensa		
Correio Alentejo		
Viva!		
Alto Alentejo - Imprensa		
Time Out Lisboa - Imprensa		
Correio de Oeiras		
Diário da Região - Imprensa		
Centro Notícias Nelas		
Jornal Sudoeste		
Notícias de Cascais - Imprensa		
Notícias de Loures		

**Fig. 15 – Órgãos de comunicação social de âmbito regional e local – Digital**

<b>Órgão de comunicação social</b>	<b>Meio</b>	<b>Âmbito geográfico</b>
Linhas de Elvas - Digital		
Correio do Minho - Digital		
Diário do Sul - Digital		
Jornal do Algarve - Digital		
Voz de Trás-os-Montes, A - Digital		
Barlavento - Digital		
Postal do Algarve - Digital		
O Mirante - Semanário Regional - Digital		
Gazeta do Interior - Digital		
Terras da Beira - Digital		
Alto Minho - Digital		
Maia Hoje - Digital		
Rostos - Digital		
Jornal do Centro - Digital		
Alto Alentejo - Digital		
Minho, O		
Diário da Região - Digital		
Sul Informação		
Jornal de Mafra		
Algarve Informativo		
Diário de Trás-os-Montes		
Mensageiro de Bragança		
Jornal do Fundão		
As Beiras		
Região de Leiria		
Notícias de Vila Real		
Diário de Aveiro		
Correio do Alentejo		
	Digital	Regional/Local

## **7. INVESTIMENTOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO**

### **7.1. DISTRIBUIÇÃO POR MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

O tipo de meio que mais se destacou pelo volume de investimento recebido através de campanhas de publicidade institucional do Estado foi o meio televisão que recebeu cerca de 600 mil euros (Figura 16).



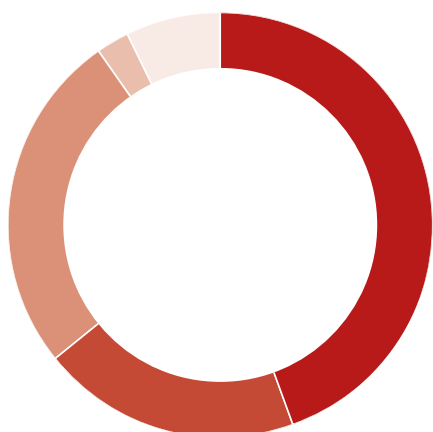
Os serviços de programas generalistas foram a opção mais selecionada neste tipo de campanhas. No entanto, também foi distribuída publicidade em três serviços temáticos e em serviços de âmbito Internacional, tais como a RTP Internacional e a RTP África (Figura 9).

Seguiram-se, por ordem de valor, a imprensa, com um valor total de aquisição de espaço de publicidade que esteve perto dos 350 mil euros, a rádio, com cerca de 262 mil euros e o meio digital, com pouco mais de 32 mil euros (Figuras 16 e 17).

**Fig. 16 – Investimento - Distribuição por meios (€)**

NACIONAL/INTERNACIONAL	REGIONAL/LOCAL
<b>Imprensa</b>	
184 323	164 955
<b>Rádio</b>	
132 368	129 888
<b>Digital</b>	
17 209	14 960
<b>Televisão</b>	
595 040	
<b>Outros</b>	
95 997	

**Fig. 17 – Gráfico de distribuição do investimento por meios – Ano 2018 (€)**

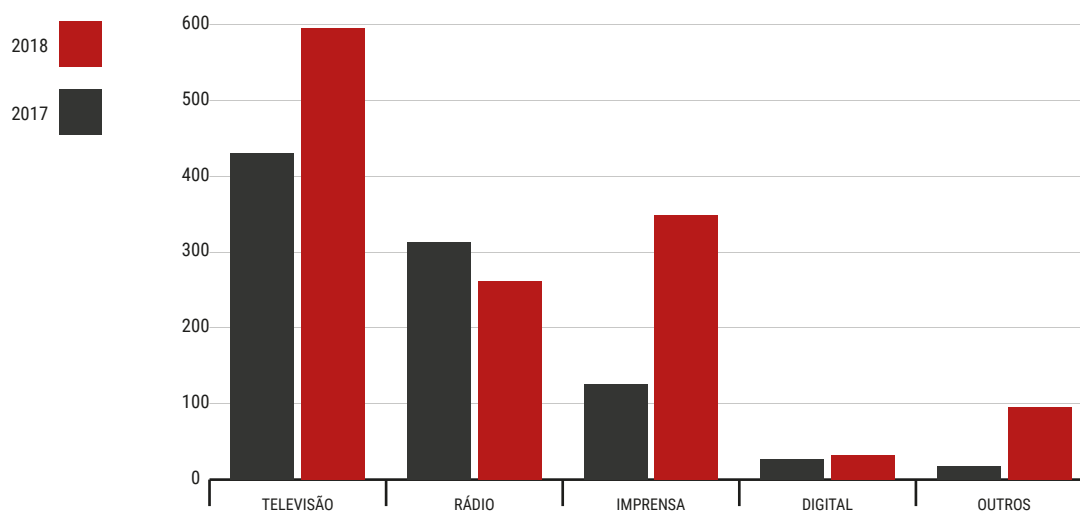


Meio	2018
TELEVISÃO	595 041
RÁDIO	262 258
IMPrensa	349 280
DIGITAL	32 169
OUTROS	95 998

## 7.2. DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS – EVOLUÇÃO 2017/2018

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 (Figura 18).

**Fig. 18 – Gráfico de investimento global por meios – Evolução 2017/2018 (€)**



Comparando os montantes distribuídos em 2018 pelos diversos tipos de meios de comunicação social com os valores de 2017, verifica-se que 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.

De salientar, igualmente, o aumento do investimento em suportes de divulgação que não são considerados órgãos de comunicação social, designadamente o Facebook, Youtube, rede de caixas multibanco e outdoors que, em 2017, foi de aproximadamente 17 mil euros e, em 2018, atingiu um montante superior a 95 mil euros (Figura 18).





ENTIDADE REGULADORA  
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Morada**

Avenida 24 de Julho, n.º 58  
1200-869 Lisboa

**Contatos**

Tel: +351 210 107 000  
Fax: +351 210 107 019  
Geral: [info@erc.pt](mailto:info@erc.pt)

