

MARÇO 2024

Relatório mensal sobre Publicidade Institucional do Estado



FICHA TÉCNICA

Título: Relatório sobre Publicidade Institucional do Estado - março 2024

Edição: ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Avenida 24 de Julho, 58

1200-869 Lisboa

Tel. 210 107 000

Fax 210 107 019

Internet www.erc.pt

E-mail info@erc.pt

Autoria: Departamento de Supervisão da ERC

Conceção Gráfica: Unidade de Comunicação e Relações Exteriores da ERC

Lisboa, maio de 2024

1. NOTAS PRÉVIAS

À ERC compete verificar e fiscalizar o cumprimento das obrigações previstas na [Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto](#), com as alterações introduzidas pelas Leis n.º2/2020, n.º75-B/2020 e n.º19/2023, relativas às campanhas de publicidade institucional do Estado, bem como a aplicação da percentagem de investimentos destinados a órgãos de comunicação local e regional por campanha.

Estão abrangidas pela referida lei as ações de publicidade da iniciativa das seguintes entidades:

- a) Assembleia da República, bem como os órgãos e entidades que funcionam junto desta;
- b) Serviços da administração direta do Estado;
- c) Institutos públicos;
- d) Entidades administrativas independentes, exceto a ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social;
- e) Entidades que integram o setor público empresarial.

As despesas de aquisição de publicidade institucional do Estado devem ser comunicadas pelas entidades promotoras em cada campanha, através do Portal PIE-ERC.

A comunicação deve ser efetuada até 15 dias antes do final da campanha, acompanhada da apresentação da respetiva documentação de suporte.

De acordo com o n.º 1, do artigo 11.º do referido diploma, a ERC elabora um relatório mensal das campanhas de publicidade institucional, divulgado no *site* da ERC em: <https://www.erc.pt/pt/publicidade-institucional-do-estado>.

No cumprimento da lei, apresenta-se relatório de março de 2024, importando fazer referência ao facto de se tratar de um período abrangida sobre os deveres de neutralidade e imparcialidade a que as entidades públicas se encontram sujeitas, pelo artigo 57.º da Lei Eleitoral da Assembleia da República e de idênticas disposições das demais leis eleitorais, conforme Nota Informativa emitida pela CNE a 30 de janeiro de 2024.

Determina o n.º1 da referida Nota Informativa que “[a] partir da publicação do decreto que marque a data das eleições, no caso, desde 15/01/2024, é proibida a publicidade institucional por parte dos órgãos do Estado e da Administração Pública de atos, programas, obras ou serviços, salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, nos termos do n.º 4 do artigo 10.º da Lei n.º 72-A/2015, de 23 de julho” ([CNE-AR2024-Publicidade institucional](#)).

Na sequência do exposto o mês em análise consubstancia um período atípico, condicionado pelo contexto eleitoral e a consequente interdição imposta na lei, o que determinou a ausência de comunicações deste tipo de publicidade, exceção apenas para duas campanhas destinadas ao estrangeiro.

Assim, dada a circunstância descrita, não são apresentados os capítulos relativos às habituais análises dos investimentos por tipo de meios de comunicação social, quer no que respeita aos valores globais quer quanto aos valores regionais/locais.

2. ENTIDADES QUE COMUNICARAM CAMPANHAS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

No mês em análise foram validadas apenas **2 (duas) campanhas**, promovidas pela AICEP, destinadas a públicos no estrangeiro com um investimento global de **27 600,00 € (Fig.1)**.

FIG. 1 - INVESTIMENTOS VALIDADOS / POR ENTIDADE

Entidade	Campanhas n.º	Campanhas c/ agência n.º	Campanhas c/ agência	Regional/Local	Total
Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, E.P.E.	2	0	0,00 €	00,00 €	27 600,00 €
Totais	2	0	0,00 €	00,00 €	27 600,00 €

Foram comunicadas na plataforma PIE- ERC, **2 (duas) campanhas** que se encontram em fase de análise, não tendo ainda sido concluído o respetivo procedimento de verificação documental:

- Autoridade da Mobilidade e dos Transportes – Divulgação do Fórum “Os Transportes no Feminino”
- Centro de Recrutamento da Força Aérea (Ministério da Defesa) – Curso de Formação de Oficiais e Praças 2024

O detalhe da distribuição das referidas campanhas pelos meios de comunicação social será divulgado no respetivo relatório mensal, após conclusão do procedimento.

3. DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS PELOS MEIOS

3.1 As campanhas validadas no período em análise foram distribuídas pelos meios de comunicação social, conforme se descreve na figura 2:

FIG. 2 - PLANOS DE DISTRIBUIÇÃO DAS CAMPANHAS VALIDADAS – fevereiro de 2024

Entidade: AICEP		
Campanha: USA - Portuguese Restaurant Week		
Período: março 2024		
Objetivo: Divulgação do evento Portuguese Restaurant Week		
Órgão de comunicação social	Tipo	Investimento
Estrangeiros (diversos)	Digital	4 500,00 €
Entidade: AICEP		
Campanha: USA - Promoção do mercado português		
Período: Março 2024		
Objetivo: Divulgação do mercado nacional		
Órgão de comunicação social	Tipo	Investimento
Selection Magazine	Digital	23 100,00 €

As campanhas validadas, promovidas pela AICEP, não estão obrigadas a efetuar investimentos em meios regionais/locais, uma vez que não estão abrangidas pelo disposto no n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto «[d]eve 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 5000 euros».

CONTACTOS

Plataforma da Publicidade

Institucional do Estado

Avenida 24 de Julho, 58

1200-869 Lisboa Portugal

t: +351 210 107 000

f: +351 210 107 019

e: publicidade.institucional@erc.pt

Consulte-nos em <http://pie.erc.pt>