

30 entidades comunicam a realização de 93 campanhas publicitárias

Investimento em Publicidade Institucional do Estado aumenta 10 milhões em 2021

Em 2021, os serviços da administração direta, os institutos públicos e as entidades que integram o setor empresarial do Estado comunicaram à ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social, através da Plataforma Digital da Publicidade Institucional do Estado, a realização de 93 campanhas publicitárias, no montante global de 12 507 407,87 euros. Este valor representa um aumento de quase dez milhões e meio em relação ao valor atribuído a estas campanhas em 2020 (2 031 906,18 euros), surgindo a Televisão como o meio mais destacado.

A verba destinada aos órgãos de comunicação social regionais e locais somou 3 090 278,51 euros, o que corresponde a 25% do total investido na aquisição de espaços publicitários. Em 2021, assiste-se a um decréscimo de sete pontos percentuais na atribuição aos meios regionais e locais, em relação ao ano anterior, não obstante o aumento global verificado no investimento em publicidade.

A ERC identificou, em 2021, 51 campanhas de Publicidade Institucional do Estado que envolveram investimentos superiores a 5 mil euros e destas, seis em que a parcela investida em órgãos de comunicação social regionais e locais foi inferior a 25% do custo global da campanha, o que denota um incumprimento do dever previsto no artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, e que foi oportunamente comunicado pela ERC ao Tribunal de Contas, que detém a competência nesta matéria.

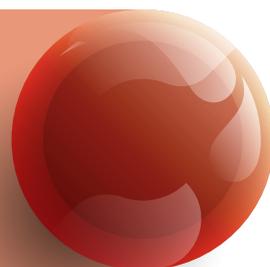
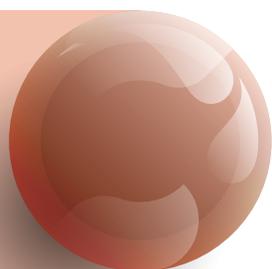
Em 2021, do total de 699 órgãos de comunicação social que receberam investimentos pela aquisição de publicidade pelo Estado, 611 eram órgãos de âmbito regional/local.

Na análise da distribuição do investimento por tipo de meio de comunicação social, observa-se que a Televisão recolheu a maior parte do montante global, 6 841 320, 10 euros repartidos por 23 serviços de programas de âmbito nacional, seguindo-se o meio Rádio, com 2 598 027, 59 euros para 264 órgãos, dos quais 256 regionais e locais, e a Imprensa com 2 370 674, 05 euros por 309 títulos, 265 destes regionais e locais.

O tipo de meio com menor receita publicitária, ainda que venha a revelar uma tendência de crescimento, continuou a ser o Digital (órgãos distribuídos ou com acesso exclusivo através de plataformas digitais), com pouco mais 218 mil euros, afetos a 103 meios, dos quais 90 regionais e locais. O regulador considerou ainda no montante global de campanhas do Estado, suportes como as redes sociais, plataformas digitais e Mupis em que foram investidos 479 mil euros.

A ERC disponibiliza, em anexo, o Relatório “Publicidade Institucional do Estado em 2021” no qual se detalham os investimentos comunicados ao regulador no ano passado e a fiscalização da sua conformidade com as normas aplicáveis.

Lisboa, 15 de setembro de 2022



RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

**PUBLICIDADE
INSTITUCIONAL
DO ESTADO**

2021

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

2021

TÍTULO:

“Publicidade institucional do Estado em 2021”

EDIÇÃO:

ERC — Entidade Reguladora para a Comunicação Social

SUPERVISÃO:

Celeste Grácio, Diretora do Departamento de Supervisão da ERC

AUTORIA:

Ângela Nobre, Técnica do Departamento de Supervisão da ERC

CONCEÇÃO GRÁFICA E PAGINAÇÃO:

Madde Comunicação

REVISÃO:

Nuno Miguel Tomás

Lisboa, julho de 2022

ÍNDICE

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO EM 2021

1. VISÃO GLOBAL	4
2. ENQUADRAMENTO LEGAL	6
3. INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES	7
4. INVESTIMENTOS COMUNICADOS COM INTERVENÇÃO DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE	8
5. INVESTIMENTOS POR CAMPANHA	9
6. INVESTIMENTOS POR MEIOS	12
7. EVOLUÇÃO DOS INVESTIMENTOS POR MEIOS - 2020/2021	13

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.

A ERC verifica e fiscaliza o cumprimento dos deveres de comunicação e transparência aplicáveis às 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.

A despesa de 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.

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.

De acordo com o n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, conjugada com as alterações introduzidas pelo art.º 432.º da Lei n.º 75-B/2020, de 31 de dezembro (Orçamento do Estado para 2021), «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 5000€».

A ERC elabora relatórios mensais sobre as campanhas de publicidade institucional do Estado, que publica no seu *website*, no cumprimento do disposto no n.º 1 artigo 11.º do mesmo normativo.

Igualmente, nos termos definidos no n.º 2 do referido artigo, 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 suas competências e deveres, a ERC disponibiliza uma Plataforma Digital, através da qual as entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado comunicam a despesa realizada, em cada campanha de publicidade, com a aquisição de espaços nos órgãos de comunicação social, adicionando ainda a necessária documentação comprovativa do investimento.

Em 2021, foram comunicadas **93 campanhas** de publicidade institucional do Estado, promovidas por **30 entidades**.

Os investimentos comunicados atingiram o montante global de **12 507 407,87 euros**, dos quais foi destinada uma verba de **3 090 278,51 euros** a meios de comunicação social de **âmbito regional/local**, o que corresponde a **25%** do total investido na aquisição de espaços publicitários.

Cerca de **25 campanhas** foram realizadas através de agências de publicidade, movimentando um total de **5 350 515,25 euros**.

Em comparação com os dados de 2020, verifica-se que, em 2021, ocorreu um aumento significativo no número de campanhas, tendo sido comunicadas mais **23 campanhas**.

Quanto ao valor global registou-se um aumento de 10 475 501,69 euros, o qual se refletiu também no investimento direcionado para os meios regionais/locais, que aumentou **2 442 803,13 euros**.

No âmbito da verificação do investimento em meios regionais e locais, foram identificadas **seis campanhas** de publicidade institucional do Estado em que foi investida neste tipo de órgãos de comunicação social, uma parcela **inferior a 25%** do valor unitário da campanha.

Foram comunicadas ao Tribunal de Contas as situações resultantes do incumprimento dos deveres na Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

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.

À Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante ERC) compete verificar e fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e da aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação social local e regional.

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 do referido diploma.

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.

As entidades que realizam campanhas de publicidade institucional do Estado devem ainda investir em «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€».

A fim de obter os dados necessários para a verificação e fiscalização da lei aplicável, a ERC desenvolveu uma plataforma digital, através da qual as entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado comunicam as despesas de aquisição de espaços publicitários, que deverão ser comunicadas de forma agregada por campanha.

De acordo com o disposto no n.º 1 do artigo 11.º do mesmo normativo, a ERC é responsável pela elaboração de um relatório mensal sobre as campanhas comunicadas, que disponibiliza no seu sítio eletrónico www.erc.pt.

Importa salientar que à ERC não é atribuída competência sancionatória nesta matéria, cabendo-lhe 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.

A ERC elabora relatórios mensais sobre as campanhas de publicidade institucional do Estado, que publica no seu *website*, no cumprimento do disposto no n.º 1 do artigo 11.º do mesmo normativo.

Igualmente, nos termos definidos no n.º 2 do referido artigo, 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.

O presente Relatório analisa os investimentos comunicados à ERC, em 2021, e a sua conformidade com a norma aplicável à publicidade institucional do Estado, efetuando uma análise comparativa em relação aos investimentos comunicados no ano anterior.

3. INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES

Os investimentos comunicados atingiram um total de **12 507 407,87 euros**, dos quais **3 090 278,51 euros** foram atribuídos a meios de comunicação social de âmbito regional/local.

Na Figura 1 apresentam-se os investimentos totais comunicados, por entidade, com indicação dos investimentos destinados a órgãos de comunicação social de âmbito regional e local.

FIG. 1 – INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES EM 2021

Entidade	Total	Total Local + Regional	Total Local + Regional
Agência para a Modernização Administrativa	10 126,04 €	0,00€	0%
Instituto Nacional de Estatística	1 234 678,29 €	311 133,26 €	25%
Secretaria-Geral da Presidência de Conselho de Ministros	530 001,45 €	191 279,40 €	36%
Agência para o Desenvolvimento e Coesão	10 775,00 €	0,00€	0%
Secretaria-Geral do Ministério do Ambiente	992 429,14 €	204 583,96 €	21%
Centro de Recrutamento da Força Aérea	110 926,38 €	27 851,78 €	25%
Secretaria Geral do Ministério da Justiça	1202,94 €	0,00€	0%
Instituto Politécnico de Viseu	4530,00 €	3730,00 €	82%
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas	549 928,68 €	219 928,69 €	40%
Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego	7580,00 €	1910,00 €	25%
Centro Hospitalar Cova da Beira	4363,00 €	300,00€	7%
Laboratório Nacional de Energia e Geologia (LNEG)	2850,00 €	0,00€	0%
Direção-Geral da Saúde	5 893 943,96 €	959 813,26 €	16%
Direção Regional de Cultura do Alentejo	17 584,00 €	17 584,00 €	100%
Instituto Politécnico de Lisboa	2038,54 €	0,00€	0%
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária	303 595,52 €	74 777,45 €	25%
OPART - Organismo de Produção Artística	30 195,00 €	14 540,00 €	48%
Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana	76 535,66 €	29 230,36 €	38%
Docapesca - Portos e Lotas	25 761,28 €	15 769,36 €	61%
EPAL	59 210,15 €	7025,65 €	12%
Águas do Vale do Tejo, S.A.	1488,20 €	1488,20 €	100%
Instituto dos Registos e do Notariado (IRN)	31 554,00 €	8917,00 €	28%
SPMS - Serviços Partilhados do Ministério da Saúde	249 919,93 €	63 398,55 €	25%
Secretaria-Geral da Educação e Ciência	566 639,63 €	205 955,78 €	36%
Autoridade de Gestão do Mar 2020	80 625,00 €	0,00€	0%
Turismo de Portugal	677 771,07 €	341 031,34 €	50%
Estrut. Missão Comemorações do V Centenário da Circum-Navegação comandada pelo navegador português Fernão de Magalhães	23 305,00 €	12 681,00 €	54%
Secretaria- Geral do Ministério da Administração Interna	944 775,01 €	360 916,97 €	38%
Unidade Local de Saúde do Norte Alentejano	885,00€	885,00€	100%
Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil	62 190,00 €	15 547,50 €	25%
Totais	12 507 407,87 €	3 090 278,51 €	25%

4. INVESTIMENTOS COMUNICADOS COM INTERVENÇÃO DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

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

Nestes casos, as entidades promotoras, nos termos do n.º 3 do artigo 5.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, «devem acompanhar a execução dos contratos celebrados nos termos dos números anteriores, nomeadamente no que respeita às relações de subcontratação e à aquisição de espaços publicitários através de agências de publicidade, com vista a assegurar níveis elevados de eficiência da aquisição publicitária e a recolha de elementos para os seus relatórios de atividades, bem como assegurar o estrito cumprimento das normas relativas à contratação de serviços de colocação de publicidade».

Em 2021, foram comunicadas **25** campanhas de publicidade em que ocorreu a intervenção de agências de publicidade, envolvendo um investimento total de **5 350 515,25 euros**.

FIG. 2 – INVESTIMENTOS COM INTERVENÇÃO DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

Entidade	Campanhas c/ agência (n.º)	Campanhas c/ agência (€)
Instituto Nacional de Estatística	2	1 234 678,29
Secretaria-Geral da Presidência de Conselho de Ministros	3	267 245,72
Secretaria-Geral do Ministério do Ambiente	1	398 954,58
Centro de Recrutamento da Força Aérea	3	110 926,38
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas	1	549 928,68
Direção-Geral da Saúde	2	364 426,97
Instituto Politécnico de Lisboa	1	1300,54
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	2	298 605,52
Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana	1	74 117,66
SPMS – Serv. Partilhados do Ministério da Saúde	1	249 919,93
Secretaria-Geral da Educação e Ciência	2	115 674,90
Turismo de Portugal	1	677 771,07
Secretaria-Geral do Minist. da Administração Interna	4	944 775,01
Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil	1	62 190,00
Totais	25	5 350 515,25

5. INVESTIMENTOS POR CAMPANHA

De acordo com o n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, conjugada com as alterações introduzidas pelo art.º 432.º da Lei n.º 75-B/2020, de 31 de dezembro (Orçamento do Estado para 2021), «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 5000€».

Em 2021, foram comunicadas **51 campanhas** de publicidade institucional do Estado que envolveram investimentos **superiores a 5 mil euros** na aquisição de espaços publicitários, das quais seis investiram uma parcela inferior a 25% em órgãos de comunicação social regionais e locais.

Foram comunicadas ao Tribunal de Contas as situações irregulares resultantes do incumprimento do dever previsto no artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

FIG. 3 – INVESTIMENTOS POR CAMPANHA

Campanhas	TOTAL (€)	R/L (€)	R/L (%)	Entidade
Não deixes cair a máscara*	398 954,58	166 835,03	42%	SEA
A segurança é a sua praia*	593 474,56	37 748,93	6%**	
Projetos PRR*	10 126,04	0,00	0%**	AMA
Webinars - Resultados e desafios	4950,00	0,00	0%	Adc
Divulgação do Dia da Europa	4325,00	0,00	0%	
Portugal 2030: Um desafio estratégico	1500,00	0,00	0%	
Não vá ao engano! Lixo não é no cano!	1488,20	1488,20	100%	Águas Vale do Tejo
Branding AGM*	80 625,00	0,00	0%**	AGM 2020
Aldeia Segura Pessoas Seguras*	62 190,00	15 547,50	25%	ANPC
Lisbon Motorcycle Film Fest	4990,00	0,00	0%	ANSR
Avance para 2021 com toda a segurança*	75 802,69	18 950,67	25%	
O melhor presente é continuar presente*	222 802,83	55 826,78	25%	
Combate ao Assédio Moral e Sexual	1890,00	0,00	0%	CITE
Dia Nacional da Igualdade Salarial	1890,00	0,00	0%	
41.º Aniversário da CITE - 20.09.2020	1890,00	0,00	0%	
Formação de Públicos Estratégicos - POISE	1800,00	1800,00	100%	
Públicos Estratégicos 2 - POISE	110,00	110,00	100%	CRFA
Formação de Oficiais, Sargentos e Praças*	77 571,46	19 437,64	25%	
Academia da Força Aérea_2021*	20 378,25	5167,25	25%	
Formação de Oficiais e Praças*	12 976,67	3246,89	25%	CHCB
Divulgação do Projeto eSG3ID	4063,00	0,00	0%	
Divulgação CHUCB	300,00	300,00	100%	

Campanhas	TOTAL (€)	R/L (€)	R/L (%)	Entidade
Nossa Língua- Nosso Chão (2.ª edição)	1500,00	1500,00	100%	DRCA
Agenda Cultural da Região Alentejo*	16 084,00	16 084,00	100%	
Campanha COVID-19*	5 107 105,69	754 750,68	15%**	DGS
Massificação de testagem COVID-19*	279 478,00	68 625,04	25%	
COVID-19 Não deixes o vírus entrar*	422 411,30	105 545,58	25%	
Utilização segura de antibióticos*	84 948,97	30 891,96	36%	
Espécies de Pescado*	14 146,12	4154,20	29%	Docapesca
O Melhor Peixe é Nosso*	11 615,16	11 615,16	100%	
Magalhães -500 anos do Desc.do Estreito*	23 305,00	12 681,00	54%	EMCFM
Wone 1	3977,00	0,00	0%	EPAL
Wone 2	720,00	0,00	0%	
Waterbeep1	1350,00	0,00	0%	
Valor da Água na Comunidade	1100,00	0,00	0%	
Waterbeep 2	1 190,00	0,00	0%	
Jarro Gota todas as Cores	4540,00	0,00	0%	
Aqui bebo água da torneira	1500,00	0,00	0%	
Aqui bebo água da torneira 2	1150,00	0,00	0%	
App H2O Quality	1350,00	0,00	0%	
AQUAmatrix 1	720,00	0,00	0%	
AQUAmatrix 2	1400,00	0,00	0%	
Academia da EPAL 2021-2022	4720,00	0,00	0%	
AQUAmatrix 3	1350,00	0,00	0%	
App H2O Quality 2	720,00	0,00	0%	
Waterbeep	820,00	0,00	0%	
Projeto 0% Energia*	8657,00	2420,00	28%	
Academia de Formação da EPAL	4050,00	0,00	0%	
Pós-Graduação T. e Gestão da Água*	12 968,15	4605,65	36%	
0% Energia*	6928,00	0,00	0%**	
Redução dos incêndios rurais 2021*	549 928,68	219 928,69	40%	
Concursos - Promoção Público Comunitária	450,00	450,00	100%	IHRU
Concurso Arrendamento Acessível	1 428,00	888,00	62%	
Concurso Arrendamento Acessível 2	540,00	0,00	0%	
Programa de Arrendamento Acessível*	74 117,66	27 892,36	38%	IRN
Renovação Automática do CC*	14 150,50	3542,00	25%	
Reforço Renovação do CC*	17 403,50	5375,00	31%	INE
CENSOS 2021*	1 168 628,32	294 263,29	25%	
Recrutamento Censos 2021*	66 049,97	16 869,97	26%	

Campanhas	TOTAL (€)	R/L (€)	R/L (%)	Entidade
Publicidade IPL	1300,54	0,00	0%	IPL
Divulgação de duas Pós Graduações	738,00	0,00	0%	
Divulgação 1ª Fase CNAES	4530,00	3730,00	82%	IPV
Divulgação LNEG	2100,00	0,00	0%	LNEG
Institucional LNEG	750,00	0,00	0%	
Temporada 2021*	5200,00	5200,00	100%	OPART
Projetos OPART 2021*	24 055,00	8400,00	35%	
Companhia Nacional de Bailado 2021	940,00	940,00	100%	
Reposicionamento do SNS 24*	249 919,93	63 398,55	25%	SPMS
Evolui -Resultados 30 setembro 2021*	15 675,00	5775,00	37%	SGEC
Evolui - Projetos Educação e Formação*	40 045,40	40 045,40	100%	
Resultados POCH a 30/06/2021*	15 492,00	6220,00	40%	
Geração PRO- Cursos de Aprendizagem*	99 999,90	25 000,00	25%	
Estudo em Casa*	215 401,94	81 279,55	38%	
Escola em segurança*	73 883,27	19 398,61	26%	
E. volui*	81 581,12	21 902,22	27%	
POCH -Qualificar para Crescer*	24 561,00	6335,00	26%	
Violência Doméstica*	15 567,70	4083,70	26%	
Violência Doméstica 2 – SECI*	152 975,27	50 795,29	33%	
Portugal Chama - Raposa Chama / AGIF*	58 627,75	47 500,09	81%	SGPCM
Portugal Chama - Limpeza Terrenos*	112 397,10	37 757,81	34%	
AGIF - PNA (Plano Nacional de Ação)	3690,00	0,00	0%	
Lit. Mediática -200 Anos Lei da Imprensa*	9178,00	2378,00	26%	
Portugal Chama - Comportamento de Risco	1600,00	0,00	0%	
Apoio a Imigrantes – SEIM*	16 889,14	10 090,92	60%	
Informação Oficial ao seu Alcance INCM	96 220,87	23 738,97	25%	
No Natal Compre Cultura *	62 855,62	14 934,62	24% **	
Aldeia Segura, Pessoas Seguras*	301 625,92	158 479,56	52%	SGMAI
Limpeza de terrenos -SGMAI*	38 089,96	38 089,96	98%	
Eleição Presidente da República 2021*	405 274,56	101 953,88	25%	
Eleição das Autarquias Locais 2021*	199 784,57	62 393,57	31%	SGMJ
20 anos da Lei da Liberdade Religiosa	1202,94	0,00	0%	
Visita Portugal*	677 771,07	341 031,34	50%	TP
Campanha Prevenção do Suicídio	885,00	885,00	100%	ULSNA

(*) Campanhas com investimento total superior a 5 mil euros

(**) Campanhas com investimento total superior a 5 mil euros e investimento inferior a 25% em meios regionais/locais

6. INVESTIMENTOS POR MEIOS

A publicidade institucional do Estado em 2021 foi distribuída por 699 órgãos de comunicação social, dos quais **611 são de âmbito regional /local**, cerca de **87%**.

No que respeita à análise por tipo de meio, verifica-se que foram utilizados **309** títulos de imprensa, **264** serviços de programas de rádio, **103** meios digitais e **23** serviços de programas televisivos.

Destaca-se o valor destinado ao meio Televisão, que recebeu mais de metade do valor total comunicado, cerca de **6,8 milhões de euros**, seguindo-se a Rádio, com cerca de **2,6 milhões**, a Imprensa com cerca de **2,4 milhões** e, finalmente, o meio digital com pouco mais de **218 mil euros**. Nos suportes que não se enquadram no conceito de OCS, designadamente redes sociais, plataformas digitais e Mupis, foram investidos cerca de 479 mil euros.

Nos meios regionais/locais a publicidade institucional do Estado foi distribuída pela Imprensa (**265**), seguindo-se a Rádio (**256**) e, por último, o Digital (**90**).

No que se refere aos meios de âmbito regional ou local, o investimento mais elevado foi destinado à Rádio, com cerca de **1,8 milhões de euros**, seguiu-se a Imprensa, com pouco mais de **1,1 milhão** e, por fim, o meio digital com apenas **1400 euros**.

FIG.4 – GRÁFICO DE INVESTIMENTO GLOBAL POR TIPO DE MEIOS

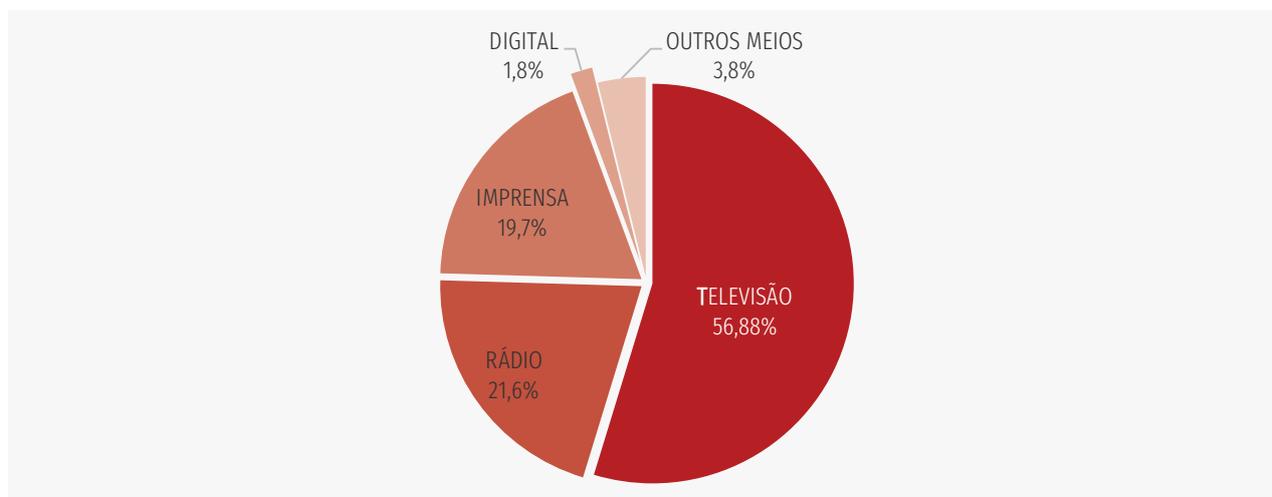
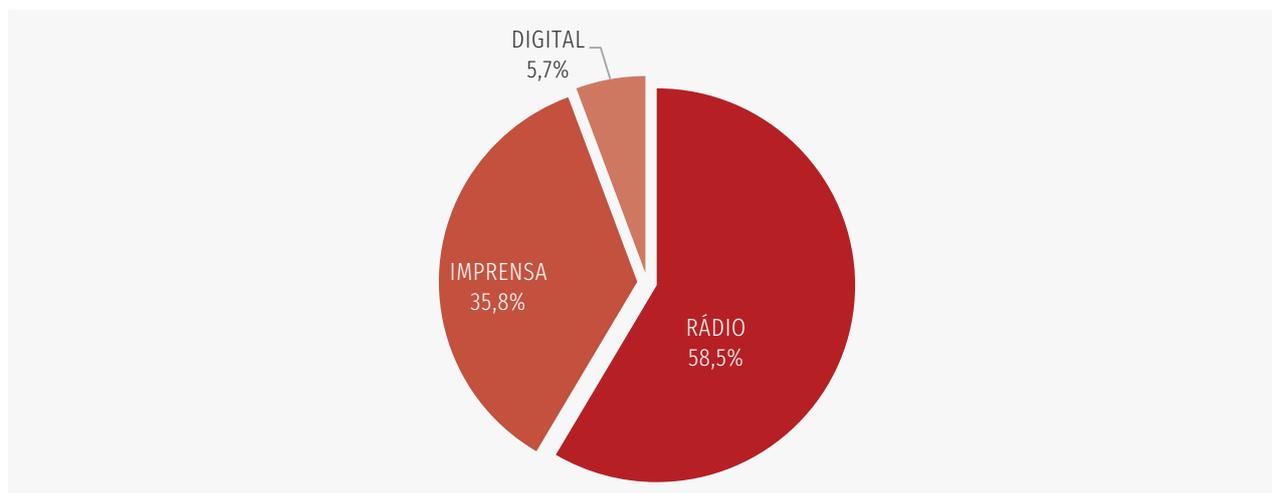


FIG. 5 – GRÁFICO DE INVESTIMENTO REGIONAL/LOCAL POR TIPO DE MEIOS



7. EVOLUÇÃO DOS INVESTIMENTOS POR MEIOS -2020/2021

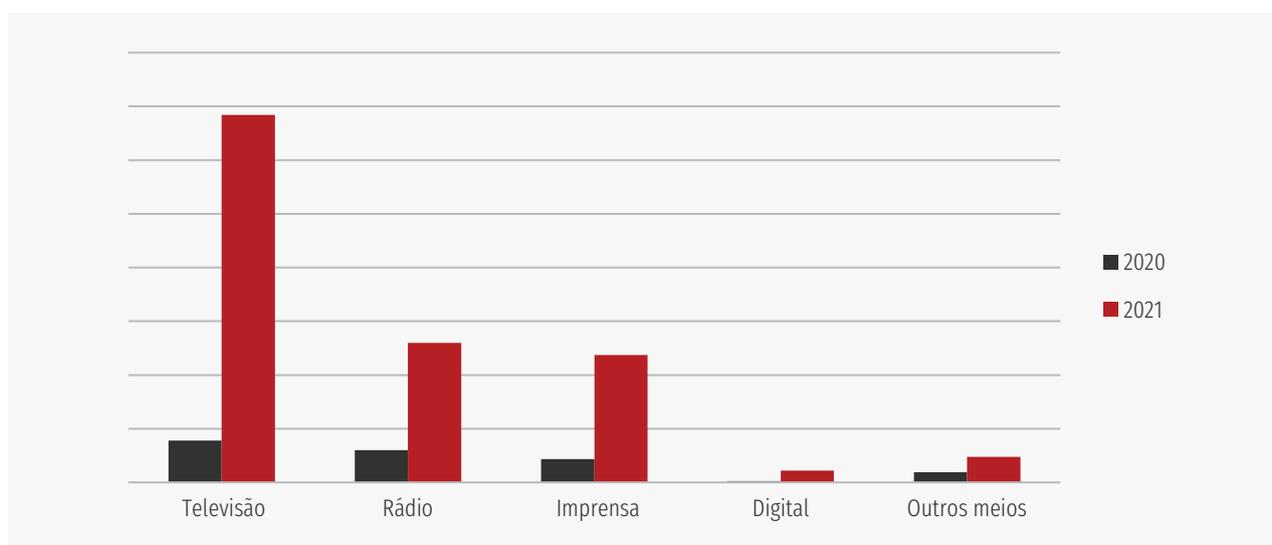
Face ao ano anterior, regista-se um aumento das campanhas comunicadas à ERC, bem como do montante investido.

O número de OCS subiu de 271 para 699, com crescimento expressivo em todos os tipos de meios, quer de âmbito nacional, quer regional/local.

FIG. 6 – DISTRIBUIÇÃO DA PUBLICIDADE POR TIPO DE MEIO

MEIO	2020 (n.º)	2021 (n.º)
TELEVISÃO	12	23
RÁDIO	123	264
IMPrensa	127	309
DIGITAL	9	103
TOTAL	271	699
MEIO	2020 (€)	2021 (€)
TELEVISÃO	779 473,67	6 841 320,10
RÁDIO	600 593,38	2 598 027,59
IMPrensa	435 834,66	2 370 674,05
DIGITAL	26 133,60	218 638,36
OUTROS MEIOS	189 870,87	478 747,77
TOTAL	2 031 906,18	12 507 407,87

FIG. 7 – GRÁFICO DO INVESTIMENTO GLOBAL POR TIPO DE MEIOS (EUROS)

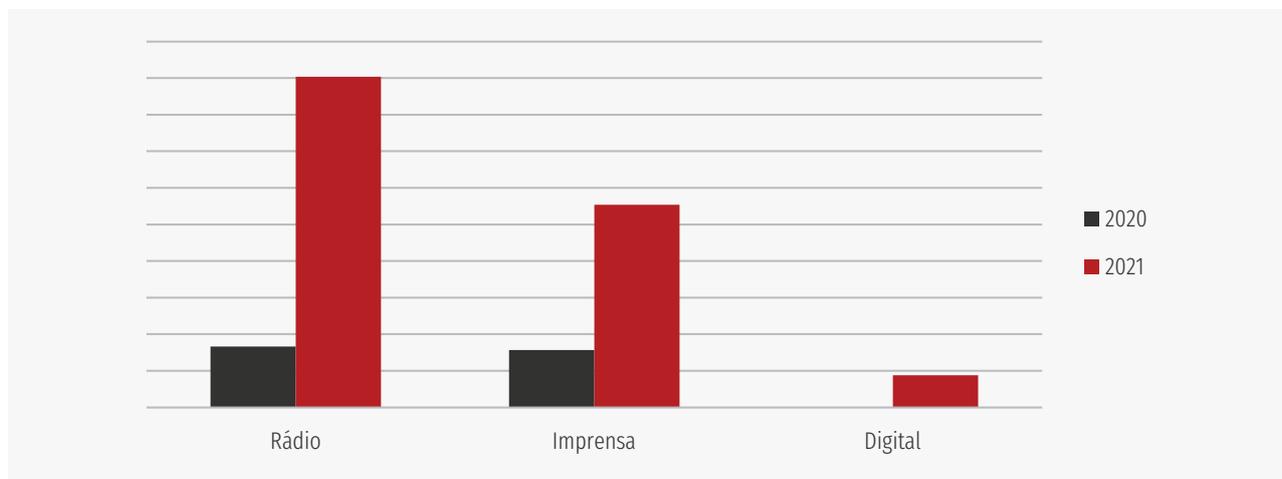


O investimento global comunicado em 2021 regista, face ao ano anterior, um aumento expressivo, cerca de dez milhões de euros, em todos os meios, com destaque para a Televisão, seguindo-se a Rádio, a Imprensa e, por último, o Digital.

FIG. 8 – INVESTIMENTO REGIONAL/LOCAL POR TIPO DE MEIOS (NÚMERO)

MEIO	2020 (n.º)	2021 (n.º)
RÁDIO	118	256
IMPrensa	101	265
DIGITAL	2	90
TOTAL	221	611
MEIO	2020 (€)	2021 (€)
RÁDIO	331 856,22	1 807 507,09
IMPrensa	314 219,16	1 107 766,11
DIGITAL	1400	175 005,31
TOTAL	647 475,38	3 090 278,51

FIG. 9 – GRÁFICO DO INVESTIMENTO REGIONAL/LOCAL POR TIPO DE MEIOS (EUROS)



O investimento regional/local regista igualmente um aumento expressivo, quase 2,5 milhões de euros, salientando-se a Rádio, seguida da Imprensa. Ainda distanciado destes meios, mas revelando tendência de crescimento, situam-se os meios exclusivamente digitais.



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