

O momento que vivemos é inédito, nunca vivemos algo assim na nossa vida contemporânea, pelo que é exigido um esforço acrescido do Estado para chegar a todos os portugueses, com informação oficial relacionada com a epidemia COVID 19 e seus impactos no país, em particular para a saúde pública, para a vida das pessoas e a atividade das empresas.

Desde logo, é fundamental reforçar as campanhas de informação para este novo período que todos queremos, de um regresso progressivo a alguma normalidade económica e social, como ontem anunciado pelo Senhor Primeiro Ministro.

Sabemos como foram importantes para a evolução positiva da situação epidemiológica as campanhas lançadas pela Direção Geral de Saúde a informar os portugueses das regras de saúde a adoptar, sobre o papel que cada um de nós deve ter como agente de saúde pública.

Este esforço não pode ser reduzido agora, pelo contrário. Temos de aumentar a capacidade de comunicação dos órgãos oficiais com o objetivo de chegarmos a todos nesta nova fase de regresso progressivo à normalidade, para que as regras continuem a ser cumpridas, para que todos estejam informados das condições desse regresso. Só assim conseguiremos dar às pessoas a confiança necessária para o regresso de alguma normalidade.

Para chegarmos a todos, necessitamos, mais do que nunca, de comunicação institucional, de campanhas de informação oficial. Para o fazer precisamos, mais do que nunca, de contar com os órgãos de

comunicação social e com informação fidedigna. Na conjuntura que vivemos, é fundamental comunicar e combater a desinformação.

A publicidade institucional é, nos termos da lei, uma campanha realizada por entidades do Estado e divulgada a uma pluralidade de destinatários indeterminados, com o objetivo de difundir uma mensagem relacionada com os seus fins, mediante a aquisição onerosa de espaços publicitários.

A lei da publicidade institucional estabelece critérios de distribuição das campanhas entre diferentes órgãos de comunicação social, no sentido de assegurar a distribuição de forma proporcional.

O Estado investe, todos os anos, em campanhas de publicidade institucional, através de diferentes áreas de políticas públicas. Mas este será um ano em que se exige maior capacidade de comunicação institucional.

Assim, o Estado decidiu alocar uma verba de 15 milhões de euros na aquisição antecipada de espaço para publicidade institucional através de televisão e rádio, em programas generalistas e temáticos informativos, e através de publicações periódicas de informação geral.

A utilização futura desta aquisição antecipada de espaço de publicidade institucional será feita nos termos da lei da publicidade institucional, desde logo afectando 25% da verba global para a imprensa regional e local e através da adopção de critérios que permitam uma distribuição proporcional pelas empresas e grupos que compõem o sector nacional da comunicação social.

Com esta decisão, adoptada no quadro do regime legal de medidas excepcionais e temporárias relativas à situação epidemiológica do COVID 19, o Estado está a atuar em nome do interesse público, em múltiplas dimensões.

Por um lado, assumindo de forma transversal ao Governo, a comunicação institucional com os cidadãos neste tempo inédito que vivemos.

Assim, a utilização deste espaço publicitário será coordenada pela Secretaria Geral da Presidência do Conselho de Ministros, articulando serviços de diferentes áreas governativas, orientada para campanhas da Direção Geral de Saúde ou outras entidades de saúde pública, campanhas a favor de causas sociais e humanitárias relevantes (violência doméstica, combate à discriminação, entre outras), campanhas para a promoção da literacia mediática e campanhas para a divulgação de atividades e programação cultural, campanhas para a retoma das atividades económicas e sociais.

A coordenação pela Secretaria Geral da PCM assegurará, igualmente, a transparência de todo o processo de utilização do espaço publicitário adquirido. Nesta matéria da transparência é, ainda, de realçar a articulação com a ERC, que já foi iniciada e que, naturalmente, permanecerá para o futuro.

Por outro lado, o Estado está, também, a apoiar os órgãos de comunicação social, pilar fundamental da democracia, num tempo em que precisamos, mais do que nunca, de jornalismo livre, independente e plural; num tempo em que precisamos, mais do que nunca, de combater a desinformação e garantir que todos os cidadãos têm acesso a informação fidedigna.