



Comissão de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto

Parecer
Projeto de Lei n.º 1124/XIII/4.ª (CDS-PP)

Autor: Deputado José
Carlos Barros

1ª Alteração à Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, que 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 distribuição da mesma em território nacional, através dos órgãos de comunicação social locais e regionais.



Comissão de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto

ÍNDICE

PARTE I - CONSIDERANDOS

PARTE II - OPINIÃO DO DEPUTADO AUTOR DO PARECER

PARTE III - CONCLUSÕES

PARTE IV- ANEXOS

PARTE I - CONSIDERANDOS

1. NOTA PRELIMINAR

O Projeto de Lei n.º 1124/XIII (4.ª), da iniciativa do Grupo Parlamentar do CDS-PP, propõe uma primeira alteração à Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, que 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 distribuição da mesma em território nacional através dos órgãos de comunicação social locais e regionais.

A presente iniciativa deu entrada a 8 de fevereiro de 2019, tendo sido admitida no dia 12 do mesmo mês, baixando, na generalidade, nessa mesma data, à Comissão de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto (12.ª), com conexão à Comissão de Assuntos Constitucionais, Direitos, Liberdades e Garantias (1.ª), por despacho de S. Ex.ª o Presidente da Assembleia da República.

O Projeto de Lei em apreciação, de acordo com a Nota Técnica, toma a forma de projeto de lei em conformidade com o disposto no n.º 1 do artigo 119.º do RAR, encontra-se redigido sob a forma de artigos, é precedido de uma breve exposição de motivos e tem uma designação que traduz sinteticamente o seu objeto principal, dando assim cumprimento aos requisitos formais estabelecidos no n.º 1 do artigo 124.º do RAR.

Efetuada uma pesquisa à base de dados do processo legislativo e da atividade parlamentar verificou-se não existirem iniciativas legislativas ou petições pendentes sobre a matéria. Em anteriores legislaturas, no entanto, foram apresentadas as seguintes iniciativas legislativas: Projeto de Lei n.º 439/XII (2.ª) (PS) — Define regras de

acesso à atividade de comunicação social; Projeto de Lei n.º 506/XII (3.ª) (PS) — Regula a promoção da transparência da propriedade e da gestão das entidades que prosseguem atividades de comunicação social; Proposta de Lei n.º 289/XII (4.ª) (GOV) — 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 distribuição da publicidade institucional do Estado em território nacional através dos órgãos de comunicação social locais e regionais.

Em sede de discussão na especialidade, a Nota Técnica sugere a consulta da Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

Nada se estabelece quanto à entrada em vigor desta iniciativa, pelo que em caso de aprovação, de acordo com o n.º 2 do artigo 2.º da lei formulário, a mesma ocorrerá cinco dias após a sua publicação.

Refira-se ainda que não é possível, face à informação disponível, quantificar eventuais encargos para o Orçamento de Estado resultantes da aprovação da presente iniciativa, ainda que, por um lado, sejam previsíveis custos resultantes da afetação aos órgãos de comunicação social regionais e locais de 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 2500 euros, e, por outro lado, receitas para o Estado provenientes da cobrança da coima.

2. OBJETO, CONTEÚDO E MOTIVAÇÃO DA INICIATIVA

A iniciativa ora em apreciação tem como objetivo alterar a Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, que 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 distribuição da mesma, em território nacional, através dos órgãos de comunicação social locais e regionais.

Entendem os Deputados subscritores desta iniciativa legislativa que, volvidos praticamente 4 anos da entrada em vigor, e não obstante as melhorias que foram introduzidas com sucesso, nomeadamente em matéria de transparência, a Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, tem frustrado o desígnio maior de garantir uma cobertura mais abrangente, mais imparcial e mais equitativa dos públicos destinatários das comunicações institucionais.

Isto porque, e de acordo com a exposição de motivos, segundo os mais recentes dados disponíveis de entre serviços da administração direta do Estado, institutos públicos e entidades que integram o setor público empresarial do Estado, são apenas 61 as entidades registadas na plataforma digital da publicidade institucional do Estado – como a distribuição pela imprensa regional e local é incipiente.

Para os autores da presente iniciativa urge, por isso, dotar o sistema da solidez, da eficácia e da abrangência que ainda não foi possível obter, propondo-se a introdução de três alterações:

- 1) A diminuição do valor unitário da campanha de publicidade institucional do Estado a considerar no âmbito da presente Lei – de 15 000 euros para 2.500 euros. Com efeito, verifica-se que são escassas as campanhas publicitárias do Estado de valor igual ou superior a 15 000 euros, razão pela qual a sua distribuição pela imprensa regional e local é escassa;
- 2) A inclusão das entidades incumpridoras no relatório mensal a cargo da ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social, a fim de se cumprir cabalmente o móbil da transparência e, bem assim, incentivar ao cumprimento integral da lei;
- 3) A cominação com contraordenação da violação da obrigação de comunicação pelas entidades abrangidas.

PARTE II - OPINIÃO DO DEPUTADO AUTOR DO PARECER

O relator do presente Parecer reserva, nesta sede, a sua posição sobre a proposta em apreço, a qual é, de resto, de “elaboração facultativa” conforme o disposto no n.º 3 do artigo 137.º do Regimento da Assembleia da República.

PARTE III – CONCLUSÕES

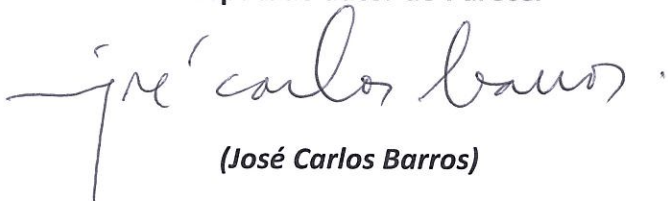
Face ao exposto, a Comissão de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto considera que o **Projeto de Lei n.º 1124/XIII/4.ª – 1ª Alteração à Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, que estabelece as regras e os deveres de transparência a que fica sujeita a realização de campanhas de publicidade institucional do Estado, bem como as regras aplicáveis à distribuição da mesma em território nacional, através dos órgãos de comunicação social locais e regionais – reúne os requisitos constitucionais e regimentais para ser discutido e votado em Plenário.**

PARTE IV – ANEXOS

- 1) Nota técnica


Palácio de S. Bento, 20 de março de 2019

O Deputado autor do Parecer



(José Carlos Barros)

A Presidente da Comissão



(Edite Estrela)