



Comissão de Cultura e Comunicação

PARECER

Projeto de Lei n.º 652/XIV/2.ª (PS) - Assegura o acesso às campanhas de publicidade institucional do Estado, aos órgãos de comunicação social direcionados às comunidades portuguesas no estrangeiro, procedendo à segunda alteração à Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto

Autora: Deputada Isabel Lopes (PSD)

ÍNDICE

PARTE I – CONSIDERANDOS

- 1 – Nota Introdutória
- 2 – Objeto, motivação e conteúdo da iniciativa
- 3 - Enquadramento legal, doutrinário e antecedentes
- 4 – Iniciativas legislativas pendentes sobre a mesma matéria
- 5 - Consultas e contributos

PARTE II – OPINIÃO DO DEPUTADO AUTOR DO PARECER

PARTE III – CONCLUSÕES

PARTE IV – ANEXOS

PARTE I – CONSIDERANDOS

1 - Nota introdutória

O projeto de lei em análise, apresentado pelo Grupo Parlamentar do Partido Socialista (PS), deu entrada em 20 de janeiro 2021, foi admitido e, por despacho de S. Ex.^a o Presidente da Assembleia da República, baixou, na generalidade, à Comissão de Cultura e Comunicação (12.^a) para efeito do competente parecer, nos termos aplicáveis [cf. artigo 129.º do Regimento da Assembleia da República (RAR)].

A presente iniciativa assume a forma de projeto de lei, em conformidade com o disposto no n.º 2 do artigo 119.º do RAR, encontra-se redigida sob a forma de artigos, tem uma designação que traduz sinteticamente o seu objeto principal e é precedida de uma breve exposição de motivos, cumprindo os requisitos formais previstos no n.º 1 do artigo 124.º do RAR.

Observa, igualmente, os limites à admissão das iniciativas estabelecidos no n.º 1 do artigo 120.º do RAR, uma vez que parece não infringir a Constituição ou os princípios nela consignados e define concretamente o sentido das modificações a introduzir na ordem legislativa.

2 – Objeto, motivação e conteúdo da iniciativa

O presente projeto de lei tem como objecto 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, no sentido de conceder aos órgãos de

comunicação social das comunidades portuguesas as mesmas oportunidades e visibilidade que têm os nacionais, locais e regionais.

Os autores referem na exposição de motivos que *“os órgãos de comunicação social na diáspora são, inegavelmente, um fator de coesão, consciencialização e dinamização, dando força e voz às comunidades portuguesas, permitindo uma melhor capacidade de afirmação perante as autoridades locais e uma ligação privilegiada ao país de origem, às suas regiões, concelhos e freguesias.”*

Para os proponentes *“os órgãos de comunicação social das comunidades podem e devem ser considerados de grande relevância para as instituições nacionais em ações como o lançamento de campanhas de informação institucional sobre programas, iniciativas ou atos eleitorais em que o principal público alvo sejam os portugueses residentes no estrangeiro.”*

Alegam que *“não obstante os órgãos de comunicação social na diáspora desempenharem um papel da maior importância para a comunidade, nem sempre têm o reconhecimento nem a robustez necessária para desempenharem a sua missão sem sobressaltos, desde logo devido à dificuldade de angariar suficiente publicidade para manter a sua atividade, o que, obviamente, piora em tempos de crise. “*

Pelo que, com frequência *“os órgãos de comunicação social das comunidades vivem com esforço e dificuldades, muitas vezes sobrevivendo através da paixão e dedicação dos seus mentores à comunidade.”*

Tal como acontece com os órgãos de imprensa a nível nacional, lê-se na exposição de motivos, *“também nas comunidades no estrangeiro os meios de comunicação social*

vivem quase exclusivamente das receitas de publicidade, que são importantes em períodos de normalidade e ainda mais relevantes quando são atingidos por dificuldades conjunturais decorrentes de crises.”

À face do exposto, referem os autores que, por uma questão de equidade, de reforço dos laços que ligam o país às suas comunidades e para garantir uma maior coesão dos portugueses *“é fundamental alterar a lei e dar aos órgãos de comunicação social das comunidades as mesmas oportunidades e visibilidade que têm os nacionais, locais e regionais”*, reconhecendo assim sua importância.

3 - Enquadramento legal, doutrinário e antecedentes

Relativamente ao enquadramento legal, doutrinário e antecedentes da iniciativa em apreço, remete-se para a nota técnica, em anexo, a qual faz parte integrante do presente parecer.

4 - Iniciativas legislativas pendentes sobre a mesma matéria

Efetuada consulta à base de dados da Atividade Parlamentar (AP), verificou-se não se encontrarem pendentes iniciativas legislativas ou petições sobre a matéria da iniciativa legislativa em apreciação.

5 - Consultas e contributos

- **Consultas facultativas:**

Dada a natureza da matéria em discussão, a nota técnica indica que deverá ser consultada pela Comissão, em sede de especialidade, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

PARTE II - OPINIÃO DO DEPUTADO AUTOR DO PARECER

A autora do presente parecer reserva a sua opinião para a discussão da iniciativa legislativa em Plenário.

PARTE III – CONCLUSÕES

Face ao exposto, a Comissão de Cultura e Comunicação considera que o **Projeto de Lei n.º 652/XIV/2.ª (PS) - Assegura o acesso às campanhas de publicidade institucional do Estado, aos órgãos de comunicação social direcionados às comunidades portuguesas no estrangeiro, procedendo à segunda alteração à Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto** reúne os requisitos constitucionais e regimentais para ser discutido e votado em Plenário, reservando os grupos parlamentares as suas posições e decorrente sentido de voto para o debate.

PARTE IV – ANEXOS

Ao abrigo do disposto no artigo 131.º do Regimento da Assembleia da República anexa-se a nota técnica elaborada pelos serviços.

Palácio de S. Bento, 23 de fevereiro de 2021.

A Deputada autora do Parecer,

Isabel Maria Lopes

Isabel Lopes

A Presidente da Comissão

Ana Paula Vitorino

Ana Paula Vitorino