

PROJETO DE LEI Nº 1124/XIII/4ª

1ª alteração à Lei nº 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

Exposição de Motivos

A desadequação – e a ineficácia – do regime jurídico da distribuição das ações informativas e de publicidade do Estado pelas rádios locais e pela imprensa regional ditou, em 2015, a reforma do sistema então vigente. Nascia, assim, a Lei nº 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, com o duplo objetivo de, não só adequar os meios aos fins a que se destinam, mas, também, de simplificar o procedimento e a transparência da afetação da despesa com publicidade institucional do Estado.

Entre outras, além da clarificação do que é publicidade institucional do Estado e do alargamento do âmbito de aplicação às campanhas do sector empresarial do Estado, foi introduzido um processo de fiscalização mais transparente a cabo da ERC – com poderes de verificação do cumprimento dos deveres de comunicação e de aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional em cada campanha – e um mecanismo de supervisão ex ante, que faz recair sobre os organismos promotores das campanhas, e sobre os privados que com eles contratam, o dever de verificar se os requisitos do regime estão a ser cumpridos.

Volvidos praticamente 4 anos da entrada em vigor da referida Lei, verifica-se que, não obstante as melhorias que foram introduzidas com sucesso, nomeadamente em matéria de transparência, a verdade é que não só não se logrou obter níveis de cumprimento razoáveis – segundo os mais recentes dados disponíveis, ao dia de hoje, dentre 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 insipiente. O que, por isso mesmo, tem frustrado o desígnio maior de garantir uma cobertura mais abrangente, mais imparcial e mais equitativa dos públicos destinatários das comunicações institucionais.

Urge, por isso, dotar o sistema da solidez, da eficácia e da abrangência que ainda não foi possível obter. Para tanto, o CDS-PP propõe a introdução de três alterações cirúrgicas mas importantes. São elas:

- 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. De facto, constata-se que são escassas as campanhas publicitárias do Estado de valor igual ou superior a 15 000 euros, razão por que a sua distribuição pela imprensa regional e local é escassa;
- 2) A inclusão das entidades incumpridoras no relatório mensal a cargo da ERC, 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, com o objetivo de tornar o regime verdadeiramente eficaz.

Pelo exposto, os deputados abaixo assinados do Grupo Parlamentar do CDS-PP apresentam o seguinte projeto de lei:

Artigo 1.º

Objeto

A presente lei procede à primeira alteração à Lei nº 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.

Artigo 2.º

Alteração à Lei n.º n° 95/2015, de 17 de agosto

Os artigos 8º e 11º da Lei 95/2015, de 17 de agosto, passam a ter a seguinte redação:

“Artigo 8.º

Distribuição da publicidade institucional do Estado

1 - 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 (euros) 2500.

2 – (...)

3 – (...)

4 – (...)

5 – (...)

6 – (...).

Artigo 11.º

Informação sobre publicidade institucional do Estado

1 - Sem prejuízo do disposto no número seguinte, a ERC fica responsável pela elaboração de um relatório atualizado, a ser disponibilizado mensalmente no sítio na Internet daquela entidade, que contenha:

- a) a adjudicação das ações informativas e publicitárias, bem como a sua distribuição;
- b) a indicação das entidades que tenham sido punidas nos termos do artigo 11º-A.

2 – (...).”

Artigo 3.º

(Aditamento à Lei n.º 95/2005, de 17 de agosto)

É aditado o artigo 11º-A à Lei nº 95/2015, de 17 de agosto, com a seguinte redação:

“Artigo 11.º - A

Contraordenação

1 – A violação do disposto no nº 1, do artigo 7º, constitui contraordenação punível com coima de (euros) 250 a (euros) 750.

2 – A negligência é punível.”

Grupo Parlamentar do CDS-PP, 6 de fevereiro de 2019

Os Deputados,

Vânia Dias da Silva

Teresa Caeiro

João Almeida

Nuno Magalhães

Assunção Cristas

Telmo Correia

Cecília Meireles

Helder Amaral

António Carlos Monteiro

Ilda Araújo Novo

Álvaro Castello-Branco

Ana Rita Bessa

João Pedro Gonçalves Pereira



Isabel Galriça Neto

João Rebelo

Filipe Anacoreta Correia

Pedro Mota Soares

Patrícia Oliveira