



PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS
GABINETE DO MINISTRO DOS ASSUNTOS PARLAMENTARES

DSATS
A Secretária-Geral

16/7/04

Exm.ª Senhora
Secretária Geral da Assembleia da
República

Sr referência Sr comunicação Nr referência Data
Of. 5780/MAP/04 16.Jul.2004

Assunto **Resposta ao Requerimento n.º 1419/IX/2ª**

Por determinação de Sua Excelência o Ministro dos Assuntos Parlamentares, junto envio a resposta dada por Sua Excelência o Ministro da Presidência, ao requerimento melhor identificado em epígrafe, apresentado pelo Senhor Deputado Nuno Melo (CDS-PP).

Com os melhores cumprimentos,

Á DAPLEN
2004-07-16

A Directora de Serviços

O Chefe do Gabinete,

(Rui Crull Tabosa)

iol

ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
4086
Gabinete da Secretária-Geral

Ao classificar
Para preparar o expediente
19 JUL 2004
O Chefe de Divisão
f/mo

16/07/04
Proc.º n.º 3

ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
Direcção de Serviços de Apoio Técnico e de Secretariado
Entrada N.º 01576 em 2004-07-16



PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS
GABINETE DO MINISTRO DA PRESIDÊNCIA

Of. n.º 1202
2004-07-09

Ex.^{mo} Senhor
Chefe do Gabinete de Sua Excelência o
Ministro dos Assuntos Parlamentares
Palácio de S. Bento – AR

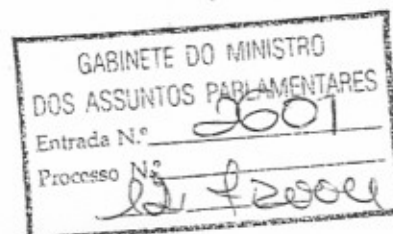
Assunto: Requerimento n.º 1419/IX /2ª do Senhor Deputado Nuno Melo (CDS-PP)
– V/ Ofício n.º 4536/MAP/2004, de 27.05.2004.

Ex.^{mo} Senhor,

Em resposta ao v/ ofício acima referido, encarrega-me o Senhor Ministro da Presidência, de informar V. Ex.^a que, no entender deste Gabinete, a resposta a dar ao requerimento em assunto deverá ser a seguinte:

“Ex.^m Senhor Deputado Nuno Melo,

1. A coordenação e distribuição equilibrada das campanhas de publicidade constituem uma preocupação do Governo. A grande parcela desta publicidade é canalizada para os media de expansão nacional, em particular a televisão, o meio de comunicação social com maior audiência em Portugal. A Portaria n.º 209/96, de 12 de Junho fixa uma percentagem mínima de 15 por cento da publicidade institucional de distribuição obrigatória na imprensa regional e nas rádios locais e regionais em campanhas de valor superior a cem mil euros. Essa obrigatoriedade nem sempre é cumprida como seria desejável;





PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS
GABINETE DO MINISTRO DA PRESIDÊNCIA

2. Em Setembro de 1999, mediante a assinatura de um protocolo com as associações de imprensa, o Instituto da Comunicação Social, que coordena a distribuição da publicidade do Estado, passou a assegurar uma equitativa repartição da verba das campanhas destinadas aos jornais regionais – 7,5 por cento. A publicidade é distribuída através das associações do sector, sem prejuízo de serem igualmente contemplados os órgãos que não tenham com aquelas qualquer vínculo;
3. Pelo exposto, em virtude do Governo reconhecer que o montante de publicidade para os media regionais e locais serem quase insignificante, aprovou em Conselho de Ministros, no âmbito da Reforma da Comunicação Social, um diploma – Publicidade do Estado – que visa aumentar a obrigatoriedade de inserção de publicidade nestes meios, passando de uma quota de 15% para 25%, baixando o valor por campanha de cem mil euros para quinze mil euros;
4. No que respeita às críticas enunciadas pela associação da Imprensa Cristã, essas críticas são extensíveis a todo o sector da comunicação social local e regional, não se limitando a essa associação. Uma das reivindicações era precisamente a alteração da lei no sentido de dar cumprimento a uma justa reivindicação o sector, foi isso que o Governo fez através da criação de um novo regime de distribuição da publicidade do Estado.
5. Como se referiu no ponto 1, o protocolo, foi assinado em 1996 entre algumas associações e o Instituto da Comunicação Social. Contudo, tem havido algumas limitações para o executar de uma forma eficaz.



PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS
GABINETE DO MINISTRO DA PRESIDÊNCIA

6. Pelo facto de reconhecer a necessidade de estimular o investimento publicitário nos media regionais e locais, a nova reforma para este sector, já aprovada em Conselho de Ministros, vai ser mais exigente e eficaz neste domínio, por duas razões fundamentais:
- a. Com a criação da nova entidade reguladora o Instituto da Comunicação Social irá ser reestruturado e, por isso, irá ter uma orgânica mais eficaz nos seus serviços;
 - b. A obrigatoriedade de inserção de publicidade nos media regionais e locais (rádio e imprensa) vai passar de 15 por cento para 25 por cento, passando o valor por campanha para os quinze mil euros.

Com os melhores cumprimentos,

Ø Chefe do Gabinete

(David Azevedo Lopes)