



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
COMISSÃO DE ASSUNTOS CONSTITUCIONAIS,
DIREITOS, LIBERDADES E GARANTIAS

EXCELENTÍSSIMO SENHOR
PRESIDENTE DA ASSEMBLEIA DA
REPÚBLICA

Ofício n.º 333/1.ª -CACDLG/2007

Data: 09-05-2007

Assunto: Relatório Final da Petição n.º 13/X/1.ª.

Nos termos do n.º 6 do art.º 15.º da Lei n.º 43/90, com as alterações introduzidas pela Lei n.º 6/93, de 1 de Março e pela Lei n.º 15/2003 de 04 de Junho, junto tenho a honra de remeter a Vossa Excelência o **Relatório Final** referente à **Petição n.º 13/X/1.ª**, da iniciativa de Dória Cassiana Pereira de Araújo Fernandes, que "*Solicita que haja rigor na análise do conteúdo dos programas e da publicidade televisiva*", cujo parecer, aprovado por unanimidade, com ausência do PEV, na reunião da Comissão de 09 de Maio de 2007, é o seguinte:

1. Que ao subscritor da petição seja dado conhecimento do presente relatório, nos termos do n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 43/90, de 10 de Agosto, em seguida procedendo-se ao arquivamento da petição, nos termos do disposto nas alíneas m) do n.º 1 do artigo 16.º da referida Lei de Exercício do Direito de Petição.
2. Que deve o presente relatório ser enviado ao Senhor Presidente da Assembleia da República, nos termos do n.º 6 do artigo 15.º da Lei do Exercício do Direito de Petição.

Nestes termos, e de acordo com a alínea m) do n.º 1 do art.º 16.º, da Lei n.º 43/90, com as alterações introduzidas pela Lei n.º 6/93, de 1 de Março e pela Lei n.º 15/2003, de 4 de Junho, venho dar conhecimento a Vossa Excelência de que foi já dado cumprimento ao deliberado no número 1) do antecedente Parecer.

Com os melhores cumprimentos,

O PRESIDENTE DA COMISSÃO,

(Osvaldo de Castro)

ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA Divisão de Apoio às Comissões CACDLG N.º Único <u>206849</u> Emenda/Século n.º <u>333</u> Data: <u>09/05/2007</u>



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA

COMISSÃO DE ASSUNTOS CONSTITUCIONAIS, DIREITOS, LIBERDADES E GARANTIAS

PETIÇÃO N.º 13/X/1ª - Rigor na análise do conteúdo dos Programas e da Publicidade Televisivos.

RELATÓRIO

I – Nota prévia

1. A presente Petição foi apresentada por Dória Cassiana Pereira de Araújo Fernandes Tavares, por via electrónica, tendo dado entrada na Assembleia da República em 10 de Maio de 2005.
2. Por Despacho do Senhor Presidente da Assembleia da República, da mesma data acima referida, foi determinado remeter a Petição vertente à Comissão de Assuntos Constitucionais, Direitos, Liberdades e Garantias, a qual nomeou relator o signatário do presente relatório.
3. A presente Petição já foi objecto de um relatório intercalar em 22 de Fevereiro de 2006, onde foi proposto e aprovado pela Comissão de Assuntos Constitucionais, Direitos, Liberdades e Garantias o envio da mesma ao Instituto do Consumidor e à Entidade Reguladora da Comunicação Social, a fim destas entidades se pronunciarem sobre o conteúdo da Petição, no âmbito das suas competências.

II – Da petição

1. Objecto da petição

A peticionante manifesta a sua preocupação relativamente ao conteúdo dos programas e da publicidade emitidos pelas estações de televisão.

Defende que não existe uma clara definição entre conteúdos para crianças e para adultos, apesar de tal distinção ser obrigatória.

Entende que existe um excesso de publicidade, a qual é, muitas vezes, imprópria para crianças.

A peticionante solicita na sua exposição um maior rigor na análise do conteúdo dos programas e da publicidade na televisão, afirmando que este meio de comunicação social é “um poderoso formador dos cidadãos” pelo que carece de controlo por parte das entidades competentes.

2. Exame da petição

Satisfazendo o disposto nos artigos 15º n.º 3 da Lei n.º 43/90, de 10 de Agosto, alterada pelas Leis n.º 6/93, de 1 de Março, e n.º 15/2003, de 4 de Junho (Lei do Exercício do Direito de Petição) e 250º n.º 3 do Regimento, verifica-se que não ocorre nenhuma das causas legalmente previstas no artigo 12º para o indeferimento liminar da presente petição e que a mesma observa os requisitos formais legalmente fixados nos nºs 2 e 4 do artigo 9º, razão pela qual esta foi correctamente admitida.

Assinala-se, no entanto, que a petição não reúne o número de assinaturas suficiente para que seja obrigatoriamente apreciada em Plenário, nem publicada em D.A.R. – *vide* artigos 20º, n.º 1, a), e 21º, n.º 1, a), da Lei n.º 43/90, de 10 de Agosto (na redacção da Lei n.º 6/93, de 1 de Março, e da Lei n.º 15/2003, de 4 de Junho).

A matéria questionada na petição ora em apreço é fundamentalmente regulada em duas sedes, designadamente na Lei da Televisão (Lei n.º 32/2003, 22 de Agosto) e no Código da Publicidade (Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro¹)

Assim, no seu artigo 24.º, a Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto - Lei da televisão - dispõe sobre os limites à liberdade de programação, estipulando nomeadamente que “todos os elementos dos serviços de programas devem respeitar, no que se refere à sua apresentação e ao seu conteúdo, a dignidade da pessoa humana, os direitos fundamentais e a livre formação da personalidade das crianças e adolescentes, não devendo, em caso algum, conter pornografia em serviço de acesso não condicionado, violência gratuita ou incitar ao ódio, ao racismo e à xenofobia (n.º 1 do artigo 24.º)².”

Os programas televisivos “susceptíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade das crianças ou de adolescentes” só podem “ser transmitidos entre as 23 e as 6 horas e acompanhados da difusão permanente de um identificativo visual apropriado.” (n.º2 do artigo 24.º da Lei da Televisão, Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto). Esta restrição “abrange quaisquer elementos de programação, incluindo a publicidade ou as mensagens, extractos ou quaisquer imagens de auto promoção” (n.º 5 do artigo acima citado).

A legislação portuguesa da televisão prevê, assim, que as emissões susceptíveis de influir de modo negativo na formação da personalidade das crianças e adolescentes, nomeadamente pela exibição de imagens violentas ou chocantes devem ser precedidas de advertência expressa, acompanhadas da difusão permanente de um identificativo apropriado e ter lugar apenas em horário subsequente às 23 horas. No entanto, essas imagens podem ser transmitidas em quaisquer serviços noticiosos, quando revestidos de importância jornalística, no cumprimento da função informativa.

¹ Alterado pelos Decretos-Leis n.ºs 74/93, de 10 de Março, 6/95, de 17 de Janeiro, 61/97, de 25 de Março, 275/98, de 9 de Setembro, 51/2001, de 15 de Fevereiro, 332/2001, de 24 de Dezembro, 81/2002, de 4 de Abril, e 224/2004, de 4 de Dezembro, e pelas Leis n.ºs 31-A/98, de 14 de Julho, e 32/2003, de 22 de Agosto.

² A violação do disposto no n.º 1 do artigo 24.º é punível com coima de (euro) 75000 a (euro) 375000 – Artigo 71.º Contra-ordenações muito graves.

No que respeita ao Código da Publicidade está previsto no seu artigo 7º (Princípio da licitude), o seguinte:

1 - É proibida a publicidade que, pela sua forma, objecto ou fim, ofenda os valores, princípios e instituições fundamentais constitucionalmente consagrados.

2 - É proibida, nomeadamente, a publicidade que:

a) Se socorra, depreciativamente, de instituições, símbolos nacionais ou religiosos ou personagens históricas;

b) Estimule ou faça apelo à violência, bem como a qualquer actividade ilegal ou criminosa;

c) Atente contra a dignidade da pessoa humana;

d) Contenha qualquer discriminação em relação à raça, língua, território de origem, religião ou sexo;

e) Utilize, sem autorização da própria, a imagem ou as palavras de alguma pessoa;

f) Utilize linguagem obscena;

g) Encoraje comportamentos prejudiciais à protecção do ambiente;

h) Tenha como objecto ideias de conteúdo sindical, político ou religioso.

3 - Só é permitida a utilização de línguas de outros países na mensagem publicitária, mesmo que em conjunto com a língua portuguesa, quando aquela tenha os estrangeiros por destinatários exclusivos ou principais, sem prejuízo do disposto no número seguinte.

4 - É admitida a utilização excepcional de palavras ou de expressões em línguas de outros países quando necessárias à obtenção do efeito visado na concepção da mensagem.

De acordo com o que já foi referido na nota prévia (ponto 3), a Petição em apreço foi objecto de relatório intercalar, tendo sido deliberado, em 22 de Fevereiro de 2006, enviá-la respectivamente, ao Instituto do Consumidor, para se pronunciar no âmbito das suas competências em sede de fiscalização da publicidade na televisão e à Entidade Reguladora para a Comunicação Social, a fim de se pronunciar em sede de supervisão e intervenção no toca aos serviços de programas que os operadores de televisão difundam ou aos conteúdos complementares que forneçam.

Em 26 de Março de 2007, foi enviado ao Presidente desta Comissão um ofício do Gabinete do Ministro dos Assuntos Parlamentares a remeter Nota do Gabinete do Sr.

Ministro da Economia e da Inovação, “elaborada com base na informação prestada pelo Instituto do Consumidor”.

Nesta informação reportam-se diversos dados, relativos à publicidade efectuada em Portugal durante o ano de 2006, que foi analisada pelo Instituto do Consumidor – em resultado do trabalho realizado pelo Observatório da Publicidade³ -, com o objectivo de identificar possíveis infracções ao Código da Publicidade e a outros diplomas legais.

Conclui-se que no ano de 2006, “foram abertos 222 processos de contra-ordenação por indícios de violação ao disposto no Código da Publicidade e a outros diplomas legais relativos à disciplina da publicidade, cuja fiscalização incumbe ao Instituto do Consumidor”.

De notar que a Entidade Reguladora da Comunicação Social ainda não remeteu qualquer informação à Comissão sobre a Petição em apreço, na sequência do pedido solicitado em Fevereiro de 2006.

Face ao exposto, a Comissão de Assuntos Constitucionais, Direitos, Liberdades e Garantias é de:

PARECER

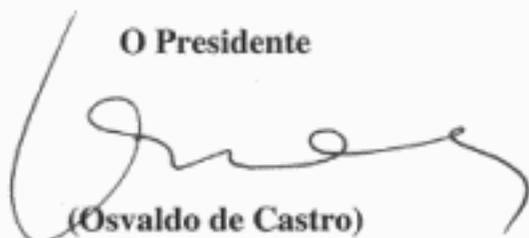
1. Que ao subscritor da petição seja dado conhecimento do presente relatório, nos termos do n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 43/90, de 10 de Agosto, em seguida procedendo-se ao arquivamento da petição, nos termos do disposto nas alíneas m) do n.º 1 do artigo 16º da referida Lei de Exercício do Direito de Petição.

³ Com o objectivo de lançar projectos de investigação de carácter permanente, foi criado, em 2001, o Observatório da Publicidade, resultando de um protocolo entre o Instituto do Consumidor e a Escola Superior de Comunicação Social. O Observatório funciona como um Centro de Investigação e tem como principais objectivos: estudar a publicidade nacional de modo a identificar as tendências discursivas; acompanhar a adaptação das comunicações comerciais aos novos meios tecnológicos e identificar se as regras do sector estão a ser aplicadas, de forma a assegurar o conhecimento, em especial das empresas, das alterações e correcções de procedimento que garantam a sua competitividade. Deste trabalho de investigação resultaram já vários estudos, cujos resultados são apresentados regularmente em conferências e seminários.

2. Que deve o presente relatório ser enviado ao Senhor Presidente da Assembleia da República, nos termos do n.º 6 do artigo 15º da Lei do Exercício do Direito de Petição.

Palácio de S. Bento, 09 de Maio de 2007

O Presidente



(Osvaldo de Castro)

O Deputado Relator



(Pedro Quartin Graça)