



Comissão de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto

PARECER

Projeto de Lei n.º 216/XIV - 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: João Montenegro
(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 PS, deu entrada em 07 de julho de 2022. Foi admitida a 8 de julho, data em que baixou, na generalidade, à Comissão de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto (12.ª), com conexão à Comissão de Negócios Estrangeiros e Comunidades Portuguesas (2.ª), por despacho do Presidente da Assembleia da República.

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 da iniciativa 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.

Em caso de aprovação, esta iniciativa revestirá a forma de lei, nos termos do n.º 3 do artigo 166.º da Constituição, pelo que deve ser objeto de publicação na 1.ª série do *Diário da República*, em conformidade com o disposto na alínea c) do n.º 2 do artigo 3.º da Lei n.º 74/98, de 11 de novembro.

2 – Objeto, motivação e conteúdo da iniciativa

A iniciativa em apreço visa 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 da iniciativa referem na exposição de motivos que *“Nos países onde existem comunidades portuguesas verifica-se uma tendência para que os nossos compatriotas se dispersem pelo território e são precisamente os órgãos de comunicação social que podem dar à comunidade maior coesão.”*

Para os proponentes *“informar sobre os temas de interesse da comunidade, divulgar a língua portuguesa, incentivar a participação cívica e política nos países de acolhimento e para as eleições em Portugal, revelar as personalidades que se destacam na comunidade são funções sociais relevantes que fazem parte das preocupações da comunicação social na diáspora.”*

Exatamente por isso, para os autores da presente iniciativa *“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.”*

Em simultâneo, *“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.”

No entanto, apesar de os órgãos de comunicação social na diáspora desempenharem um papel da maior importância para a comunidade, de acordo com a exposição de motivos, nem sempre têm a solidez necessária para desempenharem a sua missão sem sobressaltos, devido à dificuldade de angariar publicidade suficiente para manter a sua atividade. Tal como acontece com os órgãos de imprensa a nível nacional, também nas comunidades no estrangeiro os meios de comunicação social vivem quase exclusivamente das receitas de publicidade, que se são importantes em períodos de normalidade, ainda são mais relevantes quando são atingidos por dificuldades conjunturais decorrentes de crises.

Assim, para garantir o reforço dos laços que ligam o País às suas comunidades e uma maior coesão dos portugueses, considera o GP/PS ser fundamental alterar a Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, e atribuir aos órgãos de comunicação social das comunidades as mesmas oportunidades que têm os nacionais, locais e regionais.

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 que sobre matéria idêntica ou conexas deu entrada o Projeto de Lei n.º 250/XV/1.ª (PAN) - Procede à terceira alteração à Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, por forma a incluir no seu âmbito de aplicação a publicidade institucional das entidades administrativas independentes.

Na anterior legislatura foi apresentado 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, que caducou com o *terminus* da XIV Legislatura.

5 - Consultas e contributos

A Nota Técnica indica que foi solicitado, pelo Presidente da Comissão de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto, parecer à Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), nos termos do artigo 25.º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

PARTE II - OPINIÃO DO DEPUTADO AUTOR DO PARECER

O autor do presente parecer reserva a sua opinião para a discussão da iniciativa legislativa em Plenário.

PARTE III – CONCLUSÕES

Comissão de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto

Face ao exposto, a Comissão de Cultura e Comunicação considera que o **Projeto de Lei n.º 216/XV/1.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, 29 de novembro de 2020.

O Deputado autor do Parecer



João Montenegro

O Presidente da Comissão



Luís Graça

