

## Projecto de Lei n.º 250/XV/1.<sup>a</sup>

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

### Exposição de motivos

A Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, 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 sua distribuição em território nacional, através dos órgãos de comunicação social locais e regionais. De entre o seu conteúdo, destacam-se a previsão de regras referentes à adjudicação da publicidade e sobre a distribuição – que, neste caso concreto, fixam percentagens de afectação, que garantem o equilíbrio da distribuição entre os diversos meios de comunicação social.

Não obstante a importância da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, e especialmente das regras nela previstas sobre distribuição de publicidade institucional, a verdade é que por força do seu artigo 2.º só estão incluídos no seu âmbito de aplicação os serviços da administração direta do Estado, os institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial.

De fora do âmbito de aplicação desta lei ficam as entidades administrativas independentes, incluindo as entidades reguladoras, não obstante serem entidades no âmbito do sector público recaindo sob as mesmas um conjunto de campanhas de publicidade institucional. A existência de tais deveres e o papel importante destas entidades na sensibilização dos cidadãos justificam por si só a necessidade de existir um quadro legal que enquadre a publicidade institucional destas entidades e que lhes imponha um equilíbrio na distribuição dessa publicidade.

Há dois exemplos, de entre muitos outros possíveis, em que esses deveres de publicidade institucional são claros. Por um lado, temos a Comissão Nacional de Eleições, uma entidade

administrativa independente, sob quem, por força do disposto na alínea a), do n.º 1, do artigo 5.º da Lei n.º 71/78, de 27 de dezembro, impende a missão de prestar esclarecimento cívico através dos meios de comunicação social acerca dos atos eleitorais e dos referendos, nomeadamente sobre o seu significado para a vida do País, sobre os respetivos processos reguladores e o modo de cada eleitor votar, bem como acerca do recenseamento, designadamente através dos meios de comunicação social. Por outro lado, temos a ANACOM, a autoridade reguladora em Portugal das comunicações postais e das comunicações eletrónicas, que por força do disposto no n.º 2, do artigo 11.º, do Decreto-Lei n.º 66/2021, de 30 de julho, tem o dever de promover a divulgação da tarifa social de fornecimento de serviços de acesso à Internet em banda larga.

A existência de tais deveres e o papel importante destas entidades na sensibilização dos cidadãos justificam por si só a necessidade de existir um quadro legal que enquadre a publicidade institucional destas entidades e que lhes imponha um equilíbrio na distribuição dessa publicidade. De resto, da importância destas regras algumas entidades administrativas independentes, como a Comissão Nacional de Eleições, têm procurado cumprir voluntariamente os princípios orientadores da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, contudo esta está longe de ser uma prática generalizada no âmbito das entidades administrativas independentes.

Desta forma e atendendo ao exposto, com a presente iniciativa o PAN propõe uma alteração à Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, por forma a assegurar a inclusão no respectivo âmbito de aplicação das entidades administrativas independentes, incluindo entidades reguladoras. Desta forma assegurar-se-á a sujeição de todas as entidades administrativas independentes às regras de distribuição da publicidade institucional do Estado.

Pelo exposto, e ao abrigo das disposições constitucionais e regimentais aplicáveis, a abaixo assinada Deputada Única do PESSOAS-ANIMAIS-NATUREZA, apresenta o seguinte Projeto de Lei:

Artigo 1.º

Objeto

A presente lei procede à terceira alteração à 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, bem como as regras aplicáveis à sua distribuição em território nacional, através dos órgãos de comunicação social locais e regionais, alterada pelas Leis n.ºs 2/2020 de 31 de março, e 75-B/2020, de 31 de dezembro.

### Artigo 2.º

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

É alterado o artigo 2.º do Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, que passa a ter a seguinte redacção:

#### «Artigo 2.º

[...]

[...]:

- a) [...];
- b) [...];
- c) [...];
- d) Entidades administrativas independentes, incluindo entidades reguladoras.»

### Artigo 3.º

Entrada em vigor

A presente lei entra em vigor na data de entrada em vigor do Orçamento do Estado subsequente à sua publicação.

Assembleia da República, Palácio de São Bento, 5 de agosto de 2022

A Deputada,



Inês de Sousa Real