

INDÚSTRIA DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

CONTRIBUTO DA CPMCS

PROPOSTA AO GOVERNO E AOS

PARTIDOS POLÍTICOS

Liberdade do Discurso Comercial

É através da publicidade que o Consumidor fica a conhecer as várias ofertas existentes no mercado, permitindo orientar as suas opções de compra.

Apesar da relevância de questões como a obesidade infantil, o sobreendividamento das famílias, ou mesmo o alcoolismo, talvez seja demasiado simplista acreditar que o controlo da Publicidade seja a única e mais eficaz solução para os grandes problemas sociais que afectam a Sociedade portuguesa.

No quadro actual de desenvolvimento do sector, a Publicidade é determinante para a existência de órgãos de Comunicação Social livres e independentes do poder político e económico, defendendo, assim, da melhor forma os interesses dos cidadãos e consumidores.

A Publicidade é um dos principais garantes do Pluralismo a diferentes níveis, particularmente da Informação e da Liberdade de Expressão e, em última análise, da própria Democracia.

Nos últimos anos, nomeadamente devido ao surgimento de nova legislação e práticas regulatórias restritivas, aumentaram significativamente as dificuldades dos diferentes órgãos de Comunicação Social.

A Confederação considera que não deve ser impedido, ou restringido, o acesso dos cidadãos a toda e qualquer forma de Comunicação Comercial que seja legítima, identificável e eticamente defensável.

Importa, assim, assegurar que eventuais futuras iniciativas legislativas não venham criar restrições e/ou impedimentos abusivos e desproporcionais ao sector, mas, ao invés, permitir que a retoma da confiança na economia possa ter a devida expressão no incremento dos investimentos publicitários junto dos Meios de Comunicação Social.

Legislação

Comunicação Social

Nas últimas legislaturas, os órgãos de Comunicação Social têm sido sujeitos a uma intensa pressão legislativa, causando instabilidade no sector e afectando o seu desempenho.

No quadro da evolução legislativa e regulatória, é frequentemente esquecida a relevância da regulação económica, particularmente num mercado da Comunicação Social que tem sido marcado pela crise e dificuldades económicas e financeiras muito elevadas.

Assim, e perante as visíveis consequências da crise económica nos Meios de Comunicação Social portugueses, a Confederação apela ao bom senso dos responsáveis políticos, de modo a não agravarem, por via legislativa, a situação actual do emprego e das empresas, manifestando também a sua abertura para dialogar sobre todos os processos legislativos que venham a ser desencadeados.

Entre os pontos a resolver no futuro próximo está a Transposição da Directiva AVMS para o direito nacional que, nos termos da Recomendação da Comissão Europeia, deve ser o mais flexível possível e incentivar os mecanismos de auto e co-regulação em que o diálogo com as empresas do sector será um factor-chave do sucesso.

Também a modernização da Lei da Rádio, diploma que nas últimas legislaturas tem sido objecto de múltiplas propostas e de consensos, deve igualmente avançar num clima de diálogo com as principais entidades representativas do sector.

Devem ser acautelados e protegidos os Acordos de Auto Regulação já em vigor, designadamente na área da Colocação de Produto, bem como os que se encontram em vias de conclusão tais como o Código de Auto-Regulação em Matéria de Comunicação Comercial de Alimentos e Bebidas dirigidas a Crianças assim como o desenvolvimento de novas formas de co-regulação, cuja importância tem sido frequentemente descurada.

Relativamente ao Fundo de Investimento para o Cinema e Audiovisual (FICA), as dúvidas sobre a sua adequação às finalidades para que foi criado mereceram o devido acolhimento no Programa do XVIII Governo Constitucional, onde se refere expressamente a necessidade da sua reformulação.

Como alternativa, poderá ser definida uma obrigação de investimento em obras cinematográficas e audiovisuais aplicável aos operadores televisivos de acesso não condicionado livre, aos distribuidores de serviços de programas televisivos de acesso condicionado e não condicionado com assinatura, aos distribuidores cinematográficos e videográficos e aos exibidores.

Acresce que dois operadores de televisão manifestaram já publicamente a intenção de não continuarem a participar financeiramente no referido instrumento com o seu modelo actual.

Direitos de Propriedade Intelectual

- A revisão da lei da cópia privada de acordo com o projecto preparado pela AGECOP e já entregue ao anterior Governo (revisão do âmbito de aplicação da lei, no caso do material impresso para inclusão das cópias electrónicas e das taxas a aplicar nas transacções de equipamentos electrónicos multiusos).
- A actualização da lei de combate à pirataria na Internet para a tornar mais efectiva, contribuindo assim para a sustentação do modelo de negócios em ambiente digital dos meios de Comunicação Social.
- Estabelecer parceria pública/privada no âmbito das excepções de conteúdos protegidos para escolas e bibliotecas, permitindo uma maior variedade e diversidade de conteúdos editados acessíveis para consulta, que produzirão uma monetização na utilização subsequente, financiando assim também necessidades educacionais e culturais, no âmbito da digitalização e preservação de conteúdos editados.

A questão da Concentração e do Pluralismo

O Pluralismo está directamente ligado à capacidade de os órgãos de Comunicação Social garantirem uma saudável independência financeira perante os interesses políticos ou económicos.

Meios de Comunicação Social economicamente frágeis serão presa fácil dos mais diversos interesses, afectando a qualidade do serviço prestado à sociedade, nomeadamente o seu Pluralismo.

Ao contrário do que, por vezes, se procura fazer crer, níveis adequados de Concentração podem até reforçar o Pluralismo e a Liberdade de Comunicação.

No século XXI, em que o Digital é palavra de ordem, não fazendo mais sentido a separação estanque entre Rádio, Televisão e Imprensa, será desadequado criar entraves ao normal desenvolvimento das empresas de Comunicação Social, contrariando a tendência internacional e enfraquecendo as empresas nacionais perante o actual quadro de globalização mediática.

Só assim será possível aos Meios de Comunicação Social portugueses ganharem dimensão e escala, numa concorrência que já não conhece fronteiras nem idiomas, garantindo a sua própria sobrevivência e a manutenção de centros de decisão nacionais fortes ao nível empresarial.

A Confederação manifesta a sua disponibilidade para, no momento próprio, encetar o diálogo com o Governo e os diferentes partidos, tendo em vista a definição de princípios e regras adequadas sobre a Concentração dos Media.

Dividendo Digital

O Governo deve reservar para o sector da Comunicação Social espectro radioelétrico adequado às necessidades decorrentes da evolução tecnológica de modo a que este possa continuar a desempenhar o papel sociocultural de extrema relevância que nenhum outro sector de actividade económica consegue ou pode assegurar, tirando todo o proveito possível da experiência acumulada, durante anos, na sua utilização.

A CPMCS, consciente da relevância económica, social e cultural dos serviços de comunicação social que representa, defende que o plano de reutilização das frequências actualmente ocupadas pelos serviços de radiodifusão para emissões de televisão seja definido com o propósito de maximizar o benefício colectivo associado à sua utilização em prol dos cidadãos e consumidores, em particular por via do enriquecimento da oferta de serviços audiovisuais digitais e do desenvolvimento de serviços inovadores com significativo interesse para a sociedade.

Consequentemente, o modelo a adoptar para a repartição do dividendo digital deverá ter em consideração a necessidade do desenvolvimento da plataforma de televisão digital terrestre (TDT), permitindo a emissão em alta definição (HD), e de modo contínuo, dos serviços de programas televisivos actualmente licenciados e concessionados.

Deverá ser garantida a utilização das frequências 790-862 Mhz para os serviços de radiodifusão ou, se tal não for possível, assegurar que os custos da migração de frequências não serão suportados pelos consumidores ou pelos actuais operadores de radiodifusão.

No que respeita aos serviços radiofónicos, nada estando ainda definido quanto à rádio digital, será essencial que as decisões a tomar em sede de dividendo digital tenham também em conta as necessidades de desenvolvimento deste sector, não o inviabilizando, designadamente por escassez de espectro.

Incentivos à Indústria

Reconhecendo a importância da Indústria da Comunicação Social, e à semelhança de outros Executivos europeus que adoptaram medidas de apoio para obviar a grave situação em que se encontra, espera a CPMCS igual actuação por parte do Governo português.

Durante os anos de 2008 e 2009, uma crise de grande dimensão de natureza conjuntural, nalguns aspectos, nomeadamente pelo emagrecimento do mercado publicitário, mas também estrutural, tem afectado a Indústria da Comunicação.

A modernização desta Indústria, assim como a sua adaptação às mudanças tecnológicas do mercado da comunicação, a renovação dos seus conteúdos e a procura de uma maior eficiência e redução de custos, é actualmente uma exigência partilhada pelo conjunto dos actores do sector à qual importa dar resposta.

O aumento do apoio público ao desenvolvimento da modernização tecnológica e a adaptação aos novos desafios, de forma a poder operar reformas estruturais, assumem hoje uma particular relevância não somente para a sobrevivência de muitas empresas do sector da Comunicação Social, como pode vir mesmo a constituir um dos principais garantes da Liberdade e do Pluralismo democrático que todos pretendemos.

O desenvolvimento de um plano de reconversão das empresas de comunicação social, utilizando nomeadamente como suporte básico o actual QREN, poderá dar um importante contributo para a modernização e reconversão tecnológica, para além de aumentar a eficácia económica e financeira.

Ao garantir uma melhor rentabilidade às empresas desta Indústria, de forma a ultrapassar a subcapitalização crónica e a procura sistemática da eficiência podem e devem ser uma alavanca fundamental para um melhor acesso a uma informação livre, independente e pluralista.

Para além do QREN, seria particularmente relevante para as empresas do sector da comunicação social poder contar com um conjunto de outros apoios, designadamente nas seguintes áreas:

- Segurança Social: redução das taxas contributivas e apoios à criação e manutenção de postos de trabalho.
- Em sede de IRC: redução da taxa.
- Tributação Autónoma: taxa única para as empresas de Comunicação Social.
- Abertura de linha de crédito bonificada para a modernização tecnológica face aos novos desafios e investimentos que o Digital irá impor.
- Publicidade: incentivar o investimento publicitário de forma a trazer para o mercado novos anunciantes, renovação dos volumes registados no ano anterior e beneficiar os acréscimos de investimento.
- Tesouraria:
 - Integral cumprimento do prazo de 30 dias para o pagamento de todo o investimento publicitário realizado por parte do Estado, Sector Empresarial do Estado e Administração Central e Local.
 - Reembolso parcial do IVA sobre a facturação publicitária.

A Direcção da Confederação

Lisboa, 23 de Dezembro de 2009