

**Legislativas 2011**

**Proposta ao Governo e aos Partidos Políticos**

**Para uma nova Política da Indústria da Comunicação Social**

## **O Discurso Comercial**

A Publicidade é uma área que está a viver uma profunda transformação, sendo um sector com regras cada vez mais apertadas e mais regulado, uma vez que entidades como o Banco de Portugal, Infarmed, Direcção Geral do Consumidor, Instituto de Seguros, CMVM, ASAE e ERC, fiscalizam a actividade publicitária. Além disto, é prática comum em casos de violação das regras aplicadas à Comunicação Comercial, a responsabilidade solidária, ou seja são considerados culpados pelo erro o anunciante, a agência e o próprio meio.

A publicidade é vital à subsistência dos órgãos de Comunicação Social e representa a grande fatia das receitas dos editores e, como tal, todas as condições que são aplicáveis à publicidade afectam directamente os meios.

Isto leva-nos a referir o processo de transposição das Directivas Europeias para o direito nacional que, muitas vezes, deixam os principais interessados à margem. É determinante que a Comunicação Social participe em transposições como a Directiva da E-privacy, entre outras, que está a ser transposta pela ANACOM e que abrange uma área cada vez mais importante como é a publicidade digital e transversal a outros sectores da actividade económica.

Num esforço de simplificar e aumentar a eficácia e beneficiar todos os intervenientes, a Comunicação Social tem vindo a implementar regras e práticas de auto-regulação, acreditando que esta é a melhor forma de defender os interesses de todos.

## **Relançamento da Economia**

A Confederação apela ao Governo que sair das eleições de 5 de Junho e aos Partidos Políticos em geral que aproveem um conjunto de medidas destinadas a relançar a Economia portuguesa, única forma de se poder ultrapassar, num prazo que se pretende o mais curto possível, o clima de recessão económica em que nos encontramos.

A Confederação deseja colaborar com o futuro Governo na definição de uma nova política económica que sirva não só os interesses da Indústria da Comunicação Social mas do País em geral.

## Legislação

### Cópia Privada

- 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).

### Pirataria na Internet

- 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.

### Direitos de Autor

É decisivo defender os Direitos de Autor das publicações periódicas, estando a ser desenvolvidas, a nível europeu, diversas iniciativas neste sentido.

Em Portugal, temos de ser cada vez mais activos e consciencializar as pessoas sobre a relevância da defesa dos Direitos de Autor. É importante defender uma Directiva que reconheça as obras órfãs nas publicações periódicas e que as Leis que defendem a Propriedade Intelectual sejam claras na defesa dos Direitos de Autor.

Num mundo digital, a pirataria é prática comum. É necessário contribuir para a mudança de mentalidades e sensibilizar a população para o respeito e defesa dos Direitos de Autor. As necessidades de protecção dos Direitos de Autor estão em constante mutação e a utilização do iPad veio introduzir profundas mudanças na forma como se acede às publicações, tornando necessários novos mecanismos para proteger os editores da distribuição e utilização gratuitas dos seus conteúdos.

A nível da União Europeia, este é um ano crucial para o desenvolvimento da política e da legislação relacionada com os Direitos de Autor, exigindo-se aos Estados-membros uma participação activa na defesa dos seus interesses.

## **Digitalização de Conteúdos**

- 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.

## **Arte Cinematográfica e do Audiovisual**

- O **Projecto de Lei da Arte Cinematográfica e do Audiovisual** do anterior Governo não serve os interesses dos vários stakeholders directamente envolvidos pelo que será necessário encontrar um novo clausulado, designadamente no que respeita ao financiamento da Indústria Cinematográfica e do Audiovisual através de um novo modelo que não seja baseado no actual FICA.

## **Televisão**

- A reavaliação pela Assembleia da República sobre as Normas de não concentração previstas na **Lei da Televisão** após Abril de 2012 (Televisão Digital Terrestre) terá que ser efectiva.

- A revisão urgente das atribuições e composição do Conselho Nacional do Consumo deverá constituir uma prioridade para o novo Governo, dando voz e participação à indústria dos media.

## **Concorrência**

- A **Lei da Concorrência** deverá ser objecto de profunda revisão até pela transposição para o direito nacional de várias Directivas europeias.

## **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



Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social

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.

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.

## **Regulação**

Face aos sucessivos conflitos de atribuições entre a ERC, ANACOM e Autoridade da Concorrência, e à semelhança do que foi encontrado para o sector Bancário e Segurador, a CPMCS considera fundamental a criação de um Conselho Nacional dos Reguladores do Audiovisual constituído pelos Presidentes daquelas organizações e que tem por função primordial definir políticas e orientações em todas as matérias que sejam transversais ao sector, sendo obrigatória a sua consulta em todas as iniciativas legislativas, nacionais ou europeias.

Por seu turno, os Conselhos Consultivos da ERC e ANACOM deveriam ser alterados quer na sua composição quer nas suas atribuições, passando os seus Pareceres a ser emitidos com carácter vinculativo, designadamente no que respeita aos Planos Estratégicos e Orçamentos, também a este nível de participação deverá ser desenvolvido um modelo de colaboração sobre todas as matérias transversais ou de sobreposição de competências.

O Conselho de Administração da ERC deveria integrar, obrigatoriamente, pelo menos um elemento de reconhecida competência técnica e profissional das telecomunicações e a ANACOM, em contrapartida, com um representante dos media audiovisuais.

## **Literacias**

### **Mediática**

A Literacia dos Media, que foi definida pela Comissão Europeia como prioridade na sua actuação, passa obrigatoriamente pela educação dos Media.

A Confederação considera fundamental um Plano Nacional de Educação dos Media a iniciar-se nos primeiros anos de escolaridade e através de cadeiras obrigatórias.

### **Financeira**

O projectado Plano Nacional de Literacia Financeira, para o qual a Confederação não foi ouvida, deverá ser objecto de uma Consulta Pública para receber contributos de todos os stakeholders para se encontrar o maior consenso possível.

### **Fomento à Leitura**

O novo Governo deve definir um Plano Nacional de Fomento à Leitura, incentivando a compra ou assinatura de jornais, revistas e publicações periódicas. Entre outras medidas, sugerimos que estes gastos anuais por parte das famílias sejam dedutíveis à matéria colectável em sede de IRS.

O acesso por subscrição aos conteúdos disponibilizados on-line pelos diversos órgãos de Comunicação Social deverá ser objecto de dedução à matéria colectável na declaração anual de IRS.

A Direcção da Confederação