

PROPOSTAS DE ASSUNTOS PARA PREOCUPAÇÕES A COLOCAR AOS CANDIDATOS A DEPUTADOS PARA A NOVA LEGISLATURA

Direitos de autor e conexos:

- Definição do critério de pagamento de direito de autor e direitos conexos por parte das Rádios, em função do auditório potencial (população residente);
- A inclusão da rádio na compensação devida pela reprodução ou gravação de obras, no referido Código e na Lei da Cópia Privada;
- Reconhecimento dos direitos conexos das rádios sobre as obras editadas pelos fonógrafos (tal como o demonstram diversos estudos das associações de fonógrafos as rádios, ao divulgarem as obras, estão a potenciar as suas vendas, logo a acrescentar-lhes valor);
- A inclusão da rádio na lista das entidades isentas do pagamento das compensações previstas na Lei da Cópia Privada aquando da aquisição de equipamentos para a sua atividade;

Publicidade institucional:

- Que a distribuição da publicidade do Estado, para as rádios locais, possa ser feita, diretamente, através das suas associações;
- A percentagem de 25% afeta aos órgãos de comunicação social regionais e locais, deve ser distribuída, em partes iguais, apenas entre a Rádio e Imprensa;
- O alargamento deste diploma a todas as empresas públicas, organismos públicos e entidade que, de alguma forma, sejam participadas pelo Estado;
- A inclusão, na Lei, de penalizações para quem não cumpra o estabelecido neste diploma, através da aplicação do princípio da Lei dos Compromissos.

Tempos de Antena:

- Uniformização dos procedimentos referentes aos Tempos de Antena, para todos os atos eleitorais (existem 8 leis), através da criação de um diploma específico para esta matéria, à semelhança do que foi feito para as questões de cobertura jornalística (Lei 72-A/2015);
- A inclusão das rádios locais na emissão de tempos de antena, em todos os atos eleitorais, reparando a injustiça da sua discriminação, bem como a dos candidatos locais e regionais;

- A substituição do atual sistema das Comissões Arbitrais pela fixação dos valores das compensações referentes à emissão dos tempos de antena, em Unidades de Conta Processual (UC), em tabelas a criar na própria Lei;
- Que o esclarecimento cívico, promovido pela CNE ou quaisquer outras entidades, se realize em todos os atos eleitorais, com distribuição proporcional por todos os meios de Comunicação Social registados na ERC;

Medidas fiscais:

- Equiparação do investimento em publicidade nas rádios e jornais locais ao mecenato cultural, de forma a potenciar o investimento em Responsabilidade Social Empresarial das Grandes e Médias Empresas em órgãos de comunicação social das regiões onde operam.

Incentivos à Comunicação Social:

- A alteração do apoio “ao desenvolvimento de parcerias estratégicas”, sendo que deve passar a ser permitido o apoio a parcerias entre órgãos de comunicação social com o mesmo âmbito de cobertura, devendo ser também revogada a limitação de apoios a parcerias que envolvam órgãos de comunicação social, direta ou indiretamente, pertencentes ao mesmo grupo empresarial;
- A criação de incentivos indiretos, destinados a apoiar a atividade de rádio, à semelhança do que existe, e sempre existiu, para a imprensa, com o objetivo de apoiar os custos de distribuição da rádio – emissão hertziana e digital;
- Criação do Serviço Público de Radiodifusão Local, de adesão facultativa, para as rádios de índole verdadeiramente local.

Código da publicidade:

- Eliminação das condições de menção obrigatória existentes para publicidade a determinados produtos (cada vez mais produtos), e.g. na publicidade a automóveis, seguros, banca, imóveis, etc., particularmente penalizadoras para o meio rádio (apenas deve ser feita referência ao local onde podem ser consultadas as condições);

Taxa de Audiovisual:

- Isenção das rádios do pagamento da contribuição para o audiovisual. Esta nossa pretensão tem por base o facto de julgarmos não fazer sentido serem os órgãos de comunicação social privados, a financiar os órgãos de comunicação social públicos.