

PROJECTO DE LEI Nº 493/X

Lei da Televisão (Alteração à Lei nº 27/2007, de 30 de Julho, nomeadamente no artigo respeitante ao tempo reservado à publicidade)

EXPOSIÇÃO DE MOTIVOS

Em todo o mundo está a ocorrer uma mudança brutal na indústria do audiovisual, em geral, e na actividade televisiva, em particular, a qual se vai acentuar, de forma ainda mais significativa, nos próximos anos.

Até há bem poucos anos, as emissões televisivas estavam confinadas às enormes limitações do espaço hertziano e à necessidade de vultuosos investimentos financeiros. Porém, as mutações tecnológicas permitem, já hoje, a possibilidade de um número quase infinito de canais, em múltiplas plataformas, onde o espaço hertziano tem cada vez menos relevância. A difusão por satélite, por cabo, pela Internet e pelos telemóveis está a democratizar, quer o acesso, quer a própria produção de conteúdos televisivos e, conseqüentemente, até a mudança de modelo de negócio desta actividade.

É, portanto, neste contexto que se deve analisar o papel da distribuição do sinal de televisão no espaço hertziano por tecnologia digital – a denominada Televisão Digital Terrestre (TDT). Por determinação comunitária, as emissões televisivas hertzianas analógicas terão que cessar até 31 de Dezembro de 2012 e a partir daí a população portuguesa só terá acesso aos canais generalistas abertos através de equipamentos devidamente preparados para a recepção do sinal digital.

Esta mudança tecnológica encerra vários riscos e há vários exemplos de insucesso no processo de migração do “analógico” para a TDT. O Reino Unido, a Espanha e até mesmo o nosso país (o anterior concurso, realizado no início deste século, em Portugal, para a radiodifusão televisiva digital terrestre apesar de ter determinado a atribuição do direito de difusão a um consórcio acabou por ser anulado em virtude do vencedor não ter conseguido cumprir esse objectivo) são países que tiveram enormes problemas nesta mudança tecnológica.

Nesse sentido, a pouco mais de três anos do “apagão” das emissões televisivas por via hertziana analógica, assume particular relevância, para o nosso país, assegurar o sucesso da TDT. Ora, neste processo de migração para a TDT terão particular relevância, entre outros aspectos, as seguintes questões:

- Tornar a oferta de conteúdos na TDT atractiva, de modo a criar apetência das populações para a sua adesão a esta tecnologia, o que implicará custos acrescidos para a generalidade das famílias, nomeadamente na aquisição de novos aparelhos de televisão e/ou de equipamentos que permitam transformar o sinal digital em analógico e assim tornar possível a visualização dos conteúdos televisivos nos aparelhos antigos (o que será conseguido através das denominadas set-top-boxes);
- Criar condições no mercado favoráveis ao aparecimento de novos canais (o actual Governo anunciou já o lançamento de um concurso para um 5º canal generalista em sinal aberto e apenas emitido através da TDT, a ser lançado ainda este ano) e de novos conteúdos, sobretudo em português, estimulando-se, desse modo, o desenvolvimento de uma indústria de produção audiovisual nacional.

Sendo certo que o financiamento dos canais generalistas privados (actualmente a SIC e a TVI e a que se juntará, brevemente, o novo operador responsável pelo 5º canal) assenta, sobretudo, nas receitas publicitárias e sendo o mercado publicitário português muito limitado e estando estagnado há vários anos (os dados mais recentes indicam que as receitas globais da publicidade, em Portugal, foram em 2000 de 707 milhões de euros, em 2006 de 726 milhões de euros, em 2007 de 740 milhões de euros e a

previsão para o ano em curso é de 755 milhões de euros e que a fatia respeitante à televisão no “bolo” publicitário é superior a 50%), torna-se estratégico criar condições objectivas para que os operadores privados de televisão possam desenvolver a sua actividade num clima mais favorável, estimulando-se a concorrência leal e a solidez financeira dos grupos empresariais que desenvolvem esta actividade, condições necessárias para assegurar, quer a sua independência face ao Estado, quer o pluralismo e a liberdade de expressão, valores essenciais de uma sociedade democrática.

Em Portugal, o presente modelo do audiovisual prevê a existência de um operador de serviço público de televisão, função essa que é assegurada pela RTP, SA.

O financiamento actual da RTP é assegurado por todos os portugueses através do pagamento dos impostos e da contribuição para o audiovisual. Nesse sentido, anualmente, através do Orçamento do Estado, é entregue à RTP uma **indenização compensatória** (em 2008 esta verba elevar-se-á a mais de 142 milhões de euros), são asseguradas **dotações de capital** (aumentos do capital social da empresa que é detida a 100% pelo Estado) até ao ano de 2013 (em 2008 esta verba é de 60,7 milhões de euros e atingirá 70,2 milhões de euros em 2013), bem como é entregue a receita da **taxa “Contribuição para o Audiovisual”** (inicialmente estimou-se uma receita de 70 milhões de euros mas o seu valor já se elevou, no ano passado, a 107,5 milhões de euros, estimando-se que, no ano em curso, possa atingir o montante de 120 milhões de euros). A RTP tem ainda uma outra receita oriunda da **venda da publicidade**, actualmente consignada ao pagamento das dívidas contraídas antes do acordo de reestruturação financeira celebrado em 22 de Setembro de 2003 entre o Estado Português e aquela empresa, a qual atingiu, em 2006, o valor de 48,1 milhões de euros e estima-se que, no ano passado, se situe no mesmo patamar.

Analisando os custos operacionais da RTP (apenas referentes à actividade televisiva) verifica-se que, em 2003, estes elevaram-se a 343 milhões de euros, tendo o seu valor descido, de forma continuada, até ao ano de 2005, onde se cifraram em 201,16 milhões de euros. Porém, no ano de 2006, houve já um ligeiro aumento dos custos operacionais de 7,5 milhões de euros em relação ao ano anterior e, no primeiro

semestre de 2007 (últimos dados conhecidos), em relação ao período homólogo de 2006, houve um acréscimo de 11,6%.

Por seu turno, os operadores privados de televisão, SIC e TVI, tiveram, em 2006, custos operacionais de, respectivamente, 138 milhões de euros e 127 milhões de euros, ou seja, bem menores dos que os da RTP (como atrás se refere, em 2006, os custos operacionais da RTP – apenas televisão – elevaram-se a 208,54 milhões de euros).

Tendo em atenção o anteriormente referido, é claro que o aparecimento de um novo operador de televisão, bem como o desenvolvimento de uma verdadeira indústria do audiovisual, em Portugal (onde se deve enquadrar a concretização do projecto TDT e o acesso de toda a população portuguesa a este serviço de radiodifusão), não é um desafio fácil e exige condições favoráveis, em termos de mercado, de forma a assegurar que os valores constitucionais da liberdade de expressão e do pluralismo de opiniões possam ser concretizados por todos os operadores sem interferências e pressões ilegítimas, quer dos Governos, quer de grupos de pressão de várias origens. Diga-se, aliás, que a não criação de condições favoráveis para o aparecimento de novos operadores de televisão terão implicações bem mais alargadas, envolvendo todo o sector da Comunicação Social, com especiais repercussões na Imprensa e na Rádio, onde a actual estagnação das receitas de publicidade têm provocado já problemas financeiros de dimensões relevantes.

Nesse sentido, o PSD entende que existem, neste momento, condições para se eliminar a publicidade comercial no serviço público de televisão, sem colocar em questão o já mencionado acordo de reestruturação financeira celebrado pelo Estado português e pela RTP, em 22 de Setembro de 2003, e **sem se exigir qualquer pagamento adicional por parte dos portugueses**. Como antes se referiu, as receitas publicitárias da RTP (limitadas a seis minutos de publicidade comercial por cada hora de emissão, nos termos da cláusula 13ª do Contrato de Concessão Geral de Serviço Público de Televisão, em vigor) que se elevam a cerca de 50 milhões de euros e estão consignadas ao pagamento da dívida contraída durante várias décadas, poderão ser compensadas, quer através da continuação da política de contenção de

custos da RTP (cujos dois últimos exercícios indiciam que tal não sucedeu), quer das receitas provenientes da “Contribuição para o Audiovisual”, cujo valor se estimou, inicialmente, em 70 milhões de euros e este ano poderá atingir 120 milhões de euros. Ou seja, há aqui um excedente de 50 milhões de euros, só no que se refere às receitas desta taxa, verba exactamente igual à das receitas da publicidade da RTP obtidas nos últimos anos.

Assim, nos termos constitucionais e regimentais aplicáveis, os Deputados do Grupo Parlamentar do Partido Social Democrata apresentam o seguinte projecto de lei:

Artigo 1º

(Alteração à Lei nº 27/2007, de 30 de Julho)

O artigo 40º da Lei da Televisão passa a ter a seguinte redacção:

“ Artigo 40º

(Tempo reservado à publicidade)

1 - ...

2 - ...

3 – O disposto nos números anteriores deste artigo não se aplica aos canais generalistas da concessionária do serviço público de televisão, os quais não terão qualquer período de tempo reservado à publicidade comercial.”

Artigo 2º

(Entrada em vigor)

A presente lei entra em vigor três meses após a sua publicação.

Assembleia da República, 26 de Março de 2008

Os Deputados