CADERNO REIVINDICATIVO
DO
SECTOR DA RÁDIO

Av.ª Defensores Chaves, 65 - 3º - 1000-113 Lisboa
NIPC: 502 665 017
Telf.: 21 301 54 53 / 69 99 - Fax: 21 301 65 36
apr@apradiodifusao.pt - www.apradiodifusao.pt

Caderno Reivindicativo do Sector da Rádio

➢ Introdução

A radiodifusão é um serviço cultural de interesse público que não tem merecido o devido reconhecimento do Estado Português.

Com efeito, ao longo de quase trinta anos, tempo que decorre desde a aprovação da primeira Lei da Rádio, o sector tem vindo a perder os poucos direitos que usufruía sendo, cada vez mais, sobrecarregado com constrangimentos legislativos e regulamentares.

Neste momento a rádio está confrontada com três grandes ameaças:

- A crise económica – dificuldades de mercado;
- Concorrência de novos meios e suportes tecnológicos – internet;
- Pressão do Estado – excesso de regulamentação e regulação.

Para fazer face às duas primeiras e no sentido de minimizar os seus efeitos, serão desenvolvidas diversas acções, com apoio associativo, perante o sector privado.

Perante o Estado Português, importa:

- **Impedir** que novas medidas gravosas se abatam sobre as rádios;
- **Aliviar** as rádios dos constrangimentos legislativos e regulamentares a que estão sujeitas;
- **Reivindicar** condições mais favoráveis para a actividade das rádios e garantir a defesa dos seus direitos.

Assim, apresenta-se o seguinte Caderno Reivindicativo com as principais exigências das rádios portuguesas.

➢ Transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento

O sector nada tem a contrapor à transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento, ou a qualquer outra matéria que se julgue do interesse público.

O que está em causa são as exigências burocráticas feitas às rádios, na sua grande maioria microempresas, que vêm sobrecarregar ainda mais as exigências legais, com um acréscimo de custos e de dispêndio de tempo.

A nova Lei (78/2015) que veio agravar as exigências, para além das já previstas na própria Lei da Rádio, sem qualquer vantagem prática, remete a regulamentação de dois artigos para a ERC que, apesar das propostas que recebeu no sentido de minimizar os efeitos nefastos, subiu o nível de constrangimentos para as rádios.

Esta nova Lei vem trazer também problemas de confidencialidade comercial, especialmente para as rádios locais.

O nível de exigências é igual para todos os operadores, desde as micro às grandes empresas, igualando-se assim deveres do que é, de facto, diferente.

Assim, reivindicamos:

- A imediata revisão da Lei 78/2015, tendo em conta a sua simplificação administrativa, especialmente, para as rádios que são micro e pequenas empresas;
- Revogação do Decreto Regulamentar (8/89) que organiza o sistema de registos da comunicação social, evitando-se a repetição de apresentação de dados;
- Que a ERC opte pela simplificação de procedimentos e evite a repetição de actos de apresentação de dados;
- Que a ERC faça respeitar a confidencialidade de dados comerciais particularmente sensíveis nos mercados de proximidade.

➢ Procedimentos aplicáveis no esclarecimento cívico e no direito de antena nos actos eleitorais

A obrigatoriedade de disponibilizar tempos de antena abrange as rádios de cobertura nacional e regional e para as rádios locais a obrigatoriedade só existe relativamente às eleições Autárquicas, sendo facultativa para os referendos nacionais e locais. Desta obrigatoriedade estão, ainda, excluídas as rádios temáticas.

Os tempos de antena são diferenciados e, nalguns casos, não se mencionam as rádios locais, quedando-se a lei pelas rádios regionais.

A difusão dos tempos de antena nas rádios locais, devido ao efeito de proximidade, torna a mensagem mais eficaz e mais barata, comparativamente a outros meios de propaganda.

A difusão dos tempos de antena nas rádios locais permite, também, a inclusão dos candidatos e protagonistas locais das diversas candidaturas.

A utilização dos tempos de antena são compensadas aos operadores em conformidade com um valor fixado por comissão arbitral, cuja composição varia em função do acto eleitoral em causa.

Para além desta diferenciação de composição, o seu equilíbrio interno não se coaduna com a designação de comissão arbitral ou paritária, em que é pressuposta uma capacidade deliberativa equivalente entre as partes em presença, uma vez que é evidente que mais de cinquenta por cento dos votos são atribuídos a entidades públicas e com voto de desempate pertencente ao Presidente da Comissão que é, na grande maioria senão mesmo na totalidade das vezes, e por sugestão própria, o representante da Secretaria-Geral do Ministério da Administração Interna/ Administração Eleitoral (SGMAI-AE). É de nome «Paritária» mas na sua concreta constituição é, claramente, o suporte de decisão unilateral com aparência meramente formal de deliberação.

O Esclarecimento cívico não é obrigatório em todos os actos eleitorais e, quando é, a sua distribuição, pelos meios, não é proporcional.

Assim, reivindicamos:

- Uniformizar os procedimentos referentes aos Tempos de Antena, para todos os actos 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 actos eleitorais, reparando a injustiça da sua discriminação e dos candidatos locais e regionais;
- A substituição do actual sistema das Comissões Arbitrais, pela fixação dos valores das compensações, pela emissão dos tempos de antena, em Unidades de Conta Processual (UC), em tabelas na própria Lei a criar;
- Que o esclarecimento cívico, promovido pela CNE ou quaisquer outras entidades, se realize em todos os actos eleitorais, com distribuição proporcional por todos os meios de Comunicação Social, registados na ERC.

➢ Direitos de autor e conexos das rádios.

O Código do Direito de Autor e dos Direitos Conexos reconhece esses direitos aos radiodifusores.

Todavia, não é feita uma separação clara entre rádio (radiodifusão sonora) e televisão (radiodifusão visual).

No que concerne à compensação devida pela reprodução ou gravação de obras, a radiodifusão – sonora e visual – está excluída, originando igual exclusão na Lei da Cópia Privada (Lei 49/2015).

Na Lei da Cópia Privada não se prevê a isenção do pagamento das compensações na aquisição de equipamentos para radiodifusão.

Ao contrário da imprensa e da televisão, a rádio não está representada no Conselho Nacional de Cultura.

Assim, reivindicamos:

- A alteração do Código do Direito de Autor e dos Direitos Conexos, no sentido da separação clara entre rádio e televisão e da clarificação das definições referentes à rádio;
- A inclusão da rádio na compensação devida pela reprodução ou gravação de obras, no referido Código e Lei da Cópia Privada;
- 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 actividade;
- A nomeação da APR para o Conselho Nacional de Cultura, que deverá passar a ter assento na secção especializada dos direitos de autor e direitos conexos.

➢ Aplicabilidade às rádios do Código dos Contratos Públicos

As exigências plasmadas no Código dos Contratos Públicos (Dec.-Lei 18/2008) vieram prejudicar grandemente as rádios locais.

Os procedimentos obrigatórios para os anunciantes, neste caso, as diversas instituições e serviços públicos, desincentiva-os a anunciar nas rádios locais.

Este Código não se aplica aos "*contratos relativos à aquisição, ao desenvolvimento, à produção ou à co-produção de programas destinados a emissão por parte de entidades de radiodifusão ou relativos a tempos de emissão*" (alínea d) do n.º 2 do artigo 4.º).

Assim, reivindicamos:

- A alteração do Código dos Contratos Públicos, no sentido de estender a sua não aplicação aos contratos de produção, co-produção e emissão dos, referidos, programas bem como rubricas, apontamentos, anúncios publicitários, patrocínios ou qualquer outro tipo de conteúdos destinados a emissão por parte de entidades de radiodifusão local.

➢ Transparência da realização de campanhas de publicidade institucional do Estado.

A Lei 95/2015 estabelece as regras de realização e distribuição da publicidade institucional do Estado, exigindo regras de transparência.

A Lei prevê a divulgação pública, através de portal na internet, da responsabilidade da ERC, de toda a informação referente às campanhas de publicidade do Estado.

Segundo este diploma as campanhas devem ser distribuídas obrigatoriamente por agências de publicidade, com determinadas características, impedindo o acesso directo aos meios, prejudicando grandemente as rádios locais.

Percebendo-se a intenção do legislador ao obrigar a que todo o processo de inserção publicitária, seja acompanhada pela ERC, desde a planificação até ao pagamento aos meios, não é aceitável uma tal carga burocrática que prejudica bastante as rádios, particularmente as locais.

Regista-se com agrado a obrigatoriedade da afectação de 25% do valor das campanhas de valor igual ou superior a 15.000 €, aos órgãos de comunicação social regionais e locais, mas discorda-se quer do reduzido leque de entidades abrangidas por esta Lei, quer do limite mínimo estabelecido para as campanhas, que deveria ser eliminado, sendo por isso aplicável a todas as campanhas promovidas, independentemente do

seu valor, quer da respectiva distribuição onde se incluem os falsamente designados órgãos de comunicação social digitais e onde a rádio é a menos beneficiada.

Assim, reivindicamos:

- A transparência não se pode aplicar apenas onde prejudica as rádios, onde as beneficia também deve ser praticada, nos termos da Lei, exige-se que a ERC disponibilize na internet o relatório mensal sobre a distribuição da publicidade do Estado;
- De igual modo, exige-se à ERC a publicação do relatório anual de avaliação sobre o grau de cumprimento da Lei;
- Que a distribuição da publicidade do Estado, para as rádios locais, possa ser feita pelas suas associações;
- Ainda que a ERC fiscalize o cumprimento da Lei, os pagamentos da publicidade não devem ser prejudicados pelo processo burocrático;
- A eliminação do valor mínimo de 15 mil euros para que a campanha tenha que ser distribuída pelos órgãos de comunicação social regionais e locais. Essa distribuição deverá ser sempre feita, independentemente do valor da campanha a promover;
- A percentagem de 25% que deve ser afecta aos órgãos de comunicação social regionais e locais, deve ser distribuída em partes iguais, apenas pela rádio e imprensa;
- O alargamento deste diploma a todas as empresas públicas, organismos públicos ou entidade de alguma forma 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.

➢ Regime de incentivos à Comunicação Social e incentivos indirectos.

Aprovado há pouco mais de um ano, o Decreto-Lei 23/2015 criou o novo Regime de Incentivos do Estado aos órgãos de comunicação social.

Este é assim o segundo ano de aplicação do novo regime, sendo que consideramos que esta é também a altura para proceder a uma revisão do actual diploma, procurando garantir que o principal objectivo deste sistema, que é o de apoiar os órgãos de comunicação social de âmbito local e regional, é amplamente conseguido.

Constituído por cinco tipos de incentivos – o apoio ao emprego e à formação profissional; o apoio à modernização tecnológica; o apoio ao desenvolvimento digital; o apoio à acessibilidade à comunicação social; o apoio ao desenvolvimento de parcerias estratégicas; e o apoio à literacia e educação para a comunicação social – este regime de incentivos apresenta vários problemas que colocam em causa a sua total utilidade:

- Por um lado, não se destina apenas aos órgãos de comunicação social, permitindo desta forma uma maior dispersão da reduzida verba disponibilizada anualmente para apoiar os órgãos de comunicação social de âmbito local;
- A dispersão das entidades que recepcionam, analisam e aprovam as candidaturas permite uma diferenciação de tratamento entre candidatos, provocando desigualdades que consideramos preocupantes;
- A possibilidade de atribuição de apoios a projectos de rádios e jornais ou rádios on-line, que não estão sujeitos às mesmas regras e obrigações dos órgãos de comunicação social ditos tradicionais, causa distorções de mercado, nomeadamente ao nível da concorrência, que entendemos ser bastante prejudiciais para o sector da comunicação social local;
- A impossibilidade do apoio ao desenvolvimento de parcerias estratégicas apoiar projectos de parceria entre pequenos operadores é contrária a qualquer princípio lógico de incentivo aos órgãos de comunicação social de âmbito local;

Para além disso, estes incentivos não permitem a atribuição de apoios indirectos à actividade, não contribuindo para a viabilização do órgão de comunicação social em causa.

Assim, reivindicamos:

- A eliminação do apoio "à acessibilidade à comunicação social" e do apoio "à literacia e educação para a comunicação social", com a consequente reafectação de verbas aos restantes incentivos;
- 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, directa ou indirectamente, pertencentes ao mesmo grupo empresarial;
- A criação de incentivos indirectos, destinados a apoiar a actividade de rádio, à semelhança do que existe, e sempre existiu, para a imprensa, com o objectivo de apoiar, os custos de distribuição da rádio – emissão hertziana e digital;
- Também a criação de incentivos indirectos de apoio: à criação e funcionamento de infra-estruturas digitais e de telecomunicações de gestão comum; ao custo de direitos de autor e direitos conexos; aos serviços de agência noticiosa.

➢ Formação profissional e apoio à contratação de técnicos de vendas para radiodifusão.

Os mercados de proximidade encontram-se bastante deprimidos, mas para além disso, outros problemas se colocam às Rádios, sendo o principal a falta de técnicos de vendas (vendedores) qualificados nos seus quadros de pessoal.

O Regime de Incentivos à Comunicação Social prevê o incentivo "ao emprego e à formação profissional".

Assim, reivindicamos:

- A criação de um plano de formação e emprego de técnicos de vendas que deve obedecer às seguintes fases:

a) Formação profissional;
b) Estágios profissionais, nas Rádios;
c) Apoio à contratação.

- Que, em sede de Código do Trabalho, seja introduzida a possibilidade de substituição do técnico de vendas em caso de baixa produtividade, i.e. quando não vender.

➢ Não atribuição de licenças para novos serviços de programas.

A crise económica provocou uma baixa bastante assinalável no mercado da publicidade, não se conseguindo recuperar os níveis de receitas anteriores à depressão económica.

Nestas circunstâncias, o licenciamento de novos serviços de programas de rádio ou televisão, de coberturas nacional, regional ou local, bem como o surgimento de novos títulos na imprensa, provocará um efeito ainda mais negativo no mercado, com prejuízo para toda a comunicação social.

No caso particular das rádios locais, o licenciamento de novos serviços de programas poderá ter efeitos devastadores nos mercados de proximidade.

Por outro lado, tem-se verificado a utilização de novas frequências para melhorar a cobertura das rádios licenciadas em FM sem que ainda se tivesse verificado um reordenamento do espectro radioeléctrico na faixa do FM.

Assim, reivindicamos:

- A realização, pela ANACOM, de um estudo de reordenamento da faixa de FM;
- A não atribuição de licenças para novos serviços de programas, enquanto durar a crise económica e não for feito o reordenamento do espectro radioeléctrico.

➢ Taxas de regulação, da ERC e ANACOM.

Algumas das várias despesas fixas dos operadores de radiodifusão dizem respeito ao pagamento das taxas anuais devidas às entidades responsáveis pela Regulação do sector, nomeadamente, a ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social e a ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações.

Apesar de diferenciadas entre operadores, de acordo com a dimensão de cada um deles, estas taxas representam um esforço assinalável no actualmente muito depauperado orçamento das entidades que exercem actividades de radiodifusão.

Assim, reivindicamos:

- A criação de uma situação de excepção tendo em vista uma redução de, pelo menos, 50% nas taxas anuais a pagar à ERC e à ANACOM pelos operadores de âmbito de cobertura local, que deverá manter-se enquanto durar a recuperação económica do país.

➢ Restrições e condicionalismos à publicidade radiofónica (Código da Publicidade).

A publicidade é uma actividade que, para além do declínio de receitas que tem registado, devido à grave crise económica que afecta o país, está sujeita a um grande número de restrições, não cessando de surgir propostas que visam o estabelecimento de novas restrições, limitações ou condicionantes, tornando esta uma actividade de grande instabilidade.

Ao olhar para o actual quadro legal, consideram-se desproporcionadas várias das restrições actualmente existentes que, para além de limitadoras são também, por vezes, discriminatórias, no caso em concreto da comunicação social, do meio rádio.

Sendo a publicidade a única fonte de receitas dos operadores de radiodifusão e considerando o elevado prejuízo que causam as diversas restrições existentes, nomeadamente no Código da Publicidade, devem adaptar-se determinadas normas ao caso específico da rádio.

As questões que devem ser obrigatoriamente referidas são tantas que tornam, na grande maioria dos casos, inviável a publicitação em rádio de determinados produtos ou serviços.

A nossa proposta passa pela criação de um regime de excepção para os anúncios radiofónicos, aplicável em todas as situações em que as exigências de divulgação de informação específica obrigatória impedem a criação de um anúncio eficaz, perceptível e esclarecedor para os destinatários.

Este regime de excepção poderia, por exemplo, obrigar à inclusão de uma referência obrigatória em todos os anúncios, dita de forma perceptível e perfeitamente clara, de que o anúncio do produto em causa não dispensa a consulta obrigatória das condições estabelecidas junto da respectiva entidade promotora.

Também a restrição horária à emissão de publicidade a bebidas alcoólicas é particularmente penalizador para a rádio, comparativamente à televisão, cujo *prime time* se verifica à noite.

Por outro lado, temos como grande preocupação a questão das coimas, nomeadamente no que respeita à proporcionalidade dos valores em causa, particularmente quando a diferença de dimensão entre os operadores envolvidos é tão díspar.

Assim, reivindicamos a revisão do código da publicidade, tendo em vista as seguintes situações:

- Alteração, no caso das rádios nacionais e regionais, e eliminação, no caso das rádios locais, da restrição horária para emissão de publicidade a bebidas alcoólicas, mantendo contudo as limitações quanto ao conteúdo da mensagem;
- 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;
- Eliminação da proibição da utilização de vozes de menores na publicidade a produtos onde não se verifique existir uma relação directa entre esses menores e o produto ou serviço veiculado, já que entendemos que esta é uma regra limitativa da liberdade criativa, quer do anunciante quer do publicitário;
- Uma redução dos limites máximos e mínimos das coimas a aplicar em função da cobertura radioeléctrica do infractor em causa, à semelhança do que acontece actualmente na Lei da Rádio.

➢ Presença directa da rádio no Conselho Consultivo da ERC.

De acordo com a Lei 53/2005, que criou a Entidade Reguladora para a Comunicação Social, *"O conselho consultivo é o órgão de consulta e de participação na definição das linhas gerais de actuação da ERC, contribuindo para a articulação com as entidades públicas e privadas representativas de interesses relevantes no âmbito da comunicação social e de sectores com ela conexos."*.

Constituído por 16 membros, provenientes de várias entidades, algumas delas sem qualquer relação, directa ou indirecta, com o sector da comunicação social, o Conselho Consultivo tem apenas um elemento em representação dos órgãos de comunicação social o que, convenhamos, é manifestamente insuficiente quando são os órgãos de comunicação social os principais afectados e os visados pela actividade reguladora desta entidade.

Entendemos que é necessária uma maior presença de representantes do sector da comunicação social no Conselho regulador da ERC, permitindo desta forma que as entidades que regulam o sector disponham de conhecimentos concretos sobre a forma de funcionamento de um operador de serviços de comunicação social, e esses conhecimentos apenas podem ser obtidos através desses mesmo operadores.

Esta perspectiva profissional e de realidade de funcionamento do sector seria sem dúvida de grande utilidade para a actividade de regulação.

É necessário que esta situação se altere, e que as Associações com maior representatividade no sector passem a ter assento neste órgão consultivo da ERC.

Assim, reivindicamos:

- A presença directa dos representantes do sector da Rádio no Conselho Consultivo da ERC, sendo essa representação assegurada pelas Associações do sector, nomeadamente a APR.

➢ Discriminação positiva – Código do Trabalho.

Com vista a flexibilizar as relações laborais, com especial incidência no universo das micro empresas, na sua grande maioria sem estrutura organizativa dotada da necessária massa crítica para dar resposta a um sem número de regras incertas no Código do Trabalho que tolhem o crescimento e desenvolvimento, senão a própria subsistência, de inúmeras micro empresas, entendidas estas como empresas com menos de dez trabalhadores ao seu serviço, pensamos ser necessário eliminar do Código do Trabalho alguns aspectos burocrático administrativos que para as micro empresas constituem um sério entrave ao seu funcionamento e produtividade.

Propomos assim a criação de um diploma que discrimine positivamente as pequenas empresas (operadores de radiodifusão) com 10 ou menos trabalhadores, no que

respeita a normas sobre a formação profissional, a segurança e higiene no trabalho, entre outras.

Não podemos deixar de considerar que neste domínio deveria existir alguma diferenciação, que chamamos de discriminação positiva, procurando minorar os efeitos de várias situações que se encontram ao longo do Código do Trabalho e que levam a que o mesmo seja caracterizado como algo dirigido, em primeira linha, para as grandes empresas, pelo que sugerimos que o documento possa ser ajustado em várias matérias como a Formação Profissional, o Trabalho Suplementar, a aplicação dos Instrumentos de regulamentação Colectiva do Trabalho, os Serviços de Segurança e Saúde no Trabalho, e o Relatório Único.

Assim, reivindicamos:

- Ao nível da Formação Profissional contínua, e sem prejuízo de as micro empresas promoverem a formação profissional adequada dos seus trabalhadores, a obrigação de garantir um número mínimo de horas de formação seja apenas aplicável às pequenas, médias e grandes empresas, sendo que para as micro empresas o número de horas obrigatório deveria ser reduzido ao mínimo possível;
- Que o Trabalho Suplementar prestado em dia feriado ou descanso semanal obrigatório, em micro empresas, seja pago com um acréscimo de apenas 25% por hora ou fracção.

  Considerando que o período de funcionamento das rádios corresponde aquilo a que se chama laboração contínua, os custos decorrentes com o trabalho suplementar constituem um factor de forte desequilíbrio financeiro destas empresas;
- Que as micro e pequenas empresas possam ser alvo de uma simplificação em relação às matérias relacionadas com a Segurança e Saúde no Trabalho, nomeadamente no que respeita à possibilidade do serviço nacional de saúde, através da figura do medico de família, poder prestar o serviço de promoção e vigilância da saúde dos trabalhadores, sem encargos adicionais para as

entidades empregadoras que estão actualmente obrigadas a recorrer aos serviços de empresas especializadas nesta área;

- Que as micro e pequenas empresas sejam isentadas da sujeição obrigatória aos IRCT e portarias de extensão;
- Eliminação definitiva do Anexo F do Relatório Único. Este anexo diz respeito ao envio de informação sobre os prestadores de serviços, contudo, e atendendo à exigência burocrática, a sua implementação nunca se verificou de forma definitiva, e ainda hoje a entrega deste anexo continua a ser opcional. Seria útil resolver esta situação de forma definitiva, eliminando este anexo do Relatório Único;
- Permitir às micro e pequenas empresas que, nas situações de suspensão de contrato de trabalho por crise empresarial, vulgarmente designada lay-off, essa situação possa ser substituída pela possibilidade de redução da retribuição até uma determinada percentagem que poderia situar-se entre os 20 ou 25%, salvaguardando, sempre, a remuneração mínima garantida;
- Atendendo à proximidade e às especiais relações de confiança existentes entre empregador e trabalhador, quer nas micro quer nas pequenas empresas, o regime de excepção em processos de procedimento disciplinar já previsto para as micro empresas deveria ser estendido também às empresas de pequena dimensão;
- A inclusão de uma alínea específica para as micro empresas nos artigos referentes às coimas, para que os limites mínimos e máximos das coimas aplicáveis seja menos gravoso do que para a generalidade das demais empresas;

➢ Redução de coimas em vários diplomas.

Ao nível da legislação específica para o sector parece não constituir dúvida para ninguém que os potenciais prejuízos causados pelo não cumprimento de determinadas

normas ou obrigações, são diferenciados em função do âmbito de cobertura das rádios, uma vez que o número de pessoas presumivelmente afectada por qualquer incumprimento verificado é também consideravelmente diferente.

Contudo, o legislador tem tido sempre uma grande dificuldade em estabelecer diferenciações no que respeita às obrigações a que as empresas estão sujeitas, sendo que esta é uma realidade que afecta sobremaneira o sector da comunicação social, como podemos verificar através de vários exemplos como a Lei da Transparência, a Lei da Rádio, a imposição das quotas de música, as restrições à publicidade, etc..

Em todas estas matérias o legislador optou por definir obrigações que têm que ser igualmente cumpridas por todas os órgãos de comunicação social, independentemente da sua dimensão ou capacidade para o fazer.

Esta é uma realidade que se estende também a outra legislação mais generalista, aplicável a toda as empresas nacionais.

É preciso contudo ter em linha de conta que a dimensão das empresas e, portanto, quer a capacidade de cumprimento dessas obrigações, quer o efeito que um eventual incumprimento possa ter, deve ser tido em linha de conta em determinada altura, nomeadamente no que respeita ao estabelecimento de diferenciações referentes ao pagamento das coimas.

Como facilmente se percebe, aplicar uma coima de 5 mil euros a uma micro ou pequena empresa pode ser, e pelo menos no sector da rádio é efectivamente, muito mais gravoso que aplicar uma coima de 100 mil euros a uma grande empresa.

Sugerimos assim que esta necessidade de diferenciação seja transposta para todo o quadro legal nacional, introduzindo desta forma uma discriminação que mais não é que a adaptação das coimas à capacidade da empresa para as suportar.

Assim, reivindicamos:

- Uma redução dos limites máximos e mínimos das coimas a aplicar em função da cobertura radioeléctrica do infractor ou da dimensão da empresa em causa, à semelhança do que acontece actualmente na Lei da Rádio e em toda a legislação específica para o sector da rádio.

  Esta redução deverá ser no entanto mais diferenciadora que a actualmente existente na Lei da Rádio (valor inteiro para as rádios nacionais e regionais e redução para 1/3 para as rádios locais), sendo que a redução deveria ser de 1/10 para as rádios locais, uma proporção que mesmo assim continua a penalizar de forma assinalável as rádios de cobertura local.
- Uma redução dos limites máximos e mínimos das coimas a aplicar às micro e pequenas empresas em toda a restante legislação nacional, sendo que nestes casos a redução deveria ser também no mínimo para 1/10 do valor definido para as médias e grandes empresas.