



**MEDIA GROUP**

**Exma. Comissão de Cultura, Comunicação Juventude e Desporto**

**Exmos. Senhores Deputados**

Agradecendo a BAUER MEDIA AUDIO PORTUGAL ter sido convidada a submeter o seu contributo em relação aos projetos de lei que estão a ser apreciados na especialidade quanto à revisão das quotas de música portuguesa obrigatórias aos operadores radiofónicos nos seus serviços de programas, não podemos deixar de nos pronunciar nos seguintes termos:

Como ponto prévio, referir que também não nos revemos em afirmações que pretendem resolver a questão com o argumento de que não existiria produção suficiente nacional para se cumprir uma quota de 30%.

Não é verdade. Existe hoje produção que permite o cumprimento dessa quota. Dito isto, também asseguramos, pela nossa experiência enquanto radialistas, estarmos totalmente convictos que uma quota superior a 25% é suscetível de enfraquecer os operadores de rádio.

O problema basilar do sistema de quotas prende-se com os atuais grandes concorrentes da Rádio: as plataformas digitais. Nestas os ouvintes escolhem o que ouvem, sem que as mesmas estejam sujeitas a quotas ou a qualquer outra medida que condicione a sua liberdade de programar.

O público mais jovem que ouve música está a migrar para o Digital e a Assembleia da República, sempre que ensaia um novo passo que limita a liberdade de programação, deve ser sensível aos efeitos que o mesmo tem, sob pena de hipotecar a continuidade dos projetos aprovados.



## MEDIA GROUP

No século XX o ouvinte escolhia entre a Rádio Comercial e a RFM, ou entre a Cidade FM e a Mega Hits, por exemplo. Hoje o consumidor escolhe entre Rádio, o Spotify ou outra qualquer plataforma de *streaming* digital. E este é, atualmente, o maior desafio (redobrado) das rádios: reter ouvintes e reter os anunciantes na multiplicidade de plataformas que constituem alternativas ao planeamento publicitário.

Não é, pois, por demais repetir que é essencial ter em conta este pressuposto, sobejamente reconhecido e atestado pela ERC em estudos efetuados, antes de se dar um passo que vai comprometer definitivamente a vida das rádios.

Concordamos com o Sr. Ministro da Cultura quando afirma que é preciso fazer uma reflexão séria, que tenha em conta os dados objetivos e também a experiência do ano em que a quota foi de 30%. Recordamos a este propósito que a alteração da quota para 30% foi sempre apresentada como uma medida extraordinária, fruto de circunstâncias - também elas extraordinárias - que advinham do período de pandemia que se estava a viver. O Governo e os partidos tiveram sempre, nesse processo para todos difícil, o apoio dos principais operadores de rádio em Portugal.

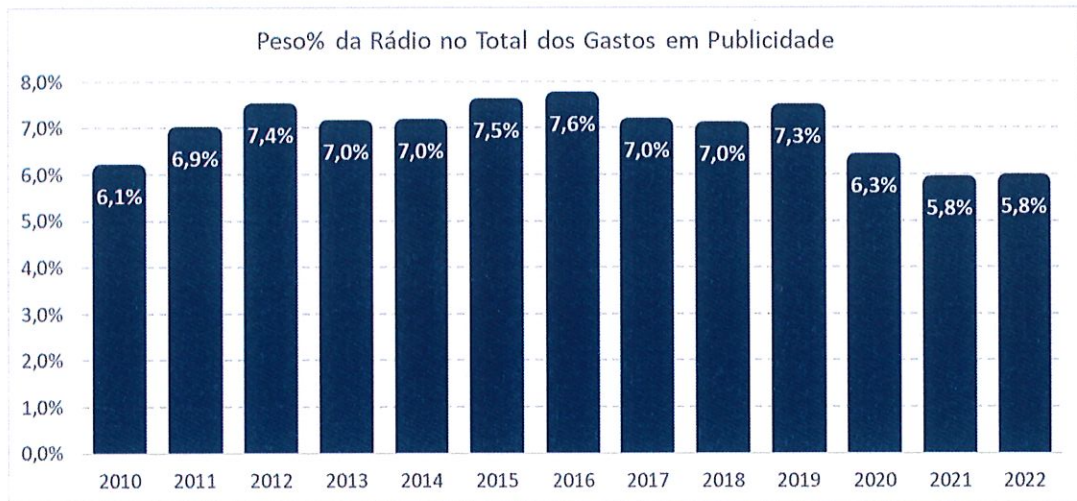
Assim, para essa reflexão séria proposta pelo Sr. Ministro, mas também real e objetiva, convidamos os Senhores Deputados a solicitarem às entidades de gestão coletiva de direitos de autor e de direitos conexos os valores distribuídos aos seus representados nos anos de 2019, 2020, 2021 e 2022, e irão constatar que o aumento em 2021 e 2022 da quota de 25% para 30% não teve como consequência um aumento dos valores distribuídos aos artistas portugueses.

Quanto a outro dado importante: no que respeita à receita publicitária, podemos acrescentar (ver gráfico abaixo) que, percentualmente, o peso do meio Rádio no total dos investimentos em publicidade recuou, em 2022, abaixo dos valores obtidos na plena pandemia, e que, mesmo em



## MEDIA GROUP

termos de valor investido, este sofreu uma redução enorme. Este facto faz com que este setor não tenha ainda recuperado das perdas resultantes da Covid-19.



Se as rádios forem obrigadas a aumentar a quota de música portuguesa, tal será conseguido com inevitáveis repetições exponenciadas das músicas, provocando cansaço junto dos ouvintes e dificultando a enorme tarefa dos radialistas que é reter ouvintes. Porque, desenganemo-nos: só retendo ouvintes se conseguem receitas e só com receitas é possível pagar direitos aos titulares de direitos de autor e conexos.

Pensar que aumentar as quotas de música portuguesa é uma ajuda aos artistas nacionais é um erro. Não estamos apenas solidários com os artistas quando invocam *“pese embora 2022 tenha sido um ano de retoma da normalidade, de forma alguma conseguiu repor os rendimentos perdidos nesses dois anos”* e o que pretendem é *“serem compensados pela perda de rendimentos”*. Somos parte afetada desse mesmo problema.

Aumentar as quotas de música portuguesa é sim fragilizar os principais aliados dos artistas neste momento sensível para todos e para a cultura em particular.



## MEDIA GROUP

O meio rádio é um palco importante para a promoção cultural, designadamente de artistas e da música portuguesa. Temos essa noção e não nos demitimos dessa função enquanto operadores que, tendo uma licença pública para utilização do espectro radioelétrico, sempre tiveram por vontade própria e por decorrer de obrigações legais, um papel estrutural na promoção desses mesmos artistas e da música que produzem. Não podemos é substituir-nos ao Estado Social na compensação pela perda de rendimentos.

O exercício da atividade de radiodifusão assenta no Princípio da liberdade de programação, consagrada na secção I do capítulo III da Lei da Rádio, corolário do princípio da liberdade de programação dos meios de comunicação social consagrado na Constituição.

A imposição de quotas de música portuguesa constitui uma limitação à liberdade de programação dos operadores de radiodifusão. Caso vão avante os projetos de aumento de quota de música portuguesa, e tendo em conta a dimensão da produção nacional, pura e simplesmente Portugal passaria a ter o sistema de quotas mais exigente de todo o mundo ocidental, o que, num país que tributa a aquisição de instrumentos musicais e discos a uma taxa de 23%, não deixa de ser perturbador.

A Bauer Media Audio Portugal é o maior grupo de radiodifusão em Portugal e orgulha-se de apoiar a música portuguesa. Todas as semanas várias dezenas de músicos e artistas portugueses são convidados para programas de rádio em serviços de programas disponibilizados pela Rádio Comercial, pela M80 ou pela Cidade FM. Apoiamos e divulgamos concertos, festivais de música, entrevistamos os artistas, lançamos novos artistas. Não há imposição legal que nos obrigue a isto. Fazemo-lo por princípio, por profissão de fé, por convicção, pela cultura!



## MEDIA GROUP

A Rádio Comercial, rádio mais ouvida em Portugal, apresenta como marca de água, associada à sua condição de líder de audiências, um apoio constante à música e aos músicos portugueses. Ao longo das últimas décadas, foi na Comercial que o novo fado ganhou visibilidade para o público fora do nicho tradicional, com artistas como Ana Moura, Carminho, Raquel Tavares, Cuca Roseta ou Mariza a tocarem ao lado dos grandes nomes da pop/rock mundial, que compõem o formato musical da estação.

Como na homenagem a Carlos do Carmo, mais uma vez envolvendo dezenas de artistas portugueses.

A Rádio Comercial criou uma relação de tal maneira forte com os artistas portugueses que lhes entregou horas de programação, com o programa de sábado à noite, no qual os artistas portugueses tomavam conta da antena, tocando a música que queriam e convidando quem queriam. Foi assim, o Comercial Night Out, rádio feita por artistas: Mariza, David Fonseca, HMB, Diogo Piçarra, Samuel Úria, Joana Espadinha, Carolina Deslandes, Black Mamba, NBC, Papillon, Cláudia Pascoal, Rui Veloso, DAMA, Miguel Araújo, Camané, Enoque, Carlão, João Pedro Pais, Joana Almeirante, Tiago Nacarato, Toy, Cuca Roseta, Aldina Duarte, António Zambujo, Luísa Sobral e tantos outros participaram neste programa.

A Rádio Comercial concretizou, também com ajuda de artistas portugueses, um projeto solidário, de apoio a 11 associações humanitárias, com canções originais, em que cada artista escolhia a associação que queria ajudar. Entraram neste disco, que ajudou 11 associações: Diogo Piçarra, Márcia, AGIR, Carolina Deslandes, Dengaz, João Só, Black Mamba, Amor Electro, Àtoa, entre outros. Gravou-se um disco em que as receitas revertam na totalidade para essas associações.



## MEDIA GROUP

O fenómeno Miguel Araújo/António Zambujo, 29 Coliseus esgotados, nasce numa Manhã da Comercial, em que a dupla atuou durante três horas em direto.

Só nessa manhã venderam-se 3 Coliseus, enquanto os artistas atuavam.

Durante o confinamento organizou dias inteiros dedicados à música portuguesa, tocando só artistas nacionais.

Já por diversas vezes, no Dia Mundial da Música, demos de novo palco a artistas portugueses, para surpreenderem com atuações em direto do nosso auditório, ao longo do dia:

Ao longo da última década a Rádio Comercial promoveu discos e digressões de artistas como: Áurea, Amor Electro, Ana Moura, ÀTOA, Ana Bacalhau, Black Mamba, Carminho, Carolina Deslandes, DAMA, Diogo Piçarra, David Fonseca, Expensive Soul, HMB, Miguel Araújo, Mariza, Pedro Abrunhosa, Raquel Tavares, Tatanka, Tiago Nacarato, Tiago Bettencourt, The Gift, Xutos & Pontapés e tantos outros! Bem como o lançamento de novos talentos, a quem se deu oportunidade de entrar na playlist regular da estação: Bárbara Tinoco, Murta, Syro, Plutónio, Vai e Vem, Ivandro, Enoque, Janeiro, We Trust, Monica Ferraz, Virgúl, Jimmy P, Tay, Elisa, Luis Sequeira, Gonçalo Bilé, Quatro e Meia, Noble, Cristovan, Fernando Daniel e muitos mais!

No que se refere ao operador M80 sublinhamos:

O apoio da estação à produção nacional é inquestionável e não se limita à passagem deste tipo de música na sua playlist regular.



## MEDIA GROUP

Esse auxílio materializa-se igualmente no sistemático apoio às edições discográficas e aos espetáculos ou tournées dos principais artistas do seu formato.

Para além disso, a M80 tem dado voz aos diversos protagonistas (artistas ou bandas), convidando-os para virem aos estúdios falar sobre a sua música e tocar ao vivo os temas mais relevantes do seu repertório.

Os principais interpretes deste meio musical com enquadramento no formato M80, têm tido uma presença muito regular nos horários mais importantes da estação [«MANHÃS DA M80» (2ª a 6ª feira 07H00/11H00); «REGRESSO A CASA» (2ª a 6ª feira 17H00/20H00); «M80 MAGAZINE» (Sábado 11H00/13H00)].

O apoio da rádio à produção nacional é ainda reforçado pela programação especial emitida desde sempre ao Sábado e ao Domingo entre as 07H00 e as 10H00, altura em que a M80 só passa temas de música portuguesa.

Nesta matéria, há ainda que considerar a existência da M80 PORTUGAL, uma das onze rádios digitais disponíveis no universo M80, também ela exclusivamente dedicada à produção nacional.

Finalmente no que refere à Cidade FM, é seguramente o formato mais delicado porque dirigido a jovens. A Cidade FM e, em geral, os formatos de rádios dirigidos aos públicos mais jovens, são as que mais sofrem com a concorrência das plataformas e meios digitais. O grande desafio das rádios dirigidas a públicos mais jovens é conseguir que os mesmos não desliguem a rádio para ligar o Spotify. Determinar quotas a estas rádios é limitar a armas dos diretores de estação que de forma competente lutam diariamente para fidelizar audiências.



## MEDIA GROUP

Dito isto, não queremos concluir sem reafirmar:

- i) que as propostas em discussão não respondem aos novos problemas das rádios e não resolvem os problemas dos artistas;
- ii) que já hoje a legislação permite que a quota se fixe entre 25% e os 40%, concedendo liberdade ao Governo para a fixar por portaria dentro destas balizas. O que os Senhores Deputados estão a aprovar é a limitação da margem de atuação do Governo;
- iii) que pouco tempo depois da experiência de subida dos 25% para os 30%, seria aconselhável uma verificação dos efeitos dessa medida, quer na solvabilidade das rádios quer nas entregas efetivas aos artistas;
- iv) que pode ser popular aprovar aumentos de quotas de música portuguesa, mas ao legislador exige-se que vá mais além, fazendo uma análise rigorosa, esclarecida e equitativa de todas as consequências dos três projetos em análise.

À disposição de V. Exas. para o que tiverem por conveniente, apresentamos os melhores cumprimentos,

BAUER MEDIA AUDIO PORTUGAL

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Salvador Ribeiro", written over a horizontal line.

Salvador Ribeiro

CEO