



## III Conferência Anual da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

### *A Comunicação Social num Contexto de Crise e de Mudança de Paradigma*

**Dias 20 e 21 de Outubro de 2009**

**Fundação Calouste Gulbenkian**

#### **Síntese Conclusiva**

Durante dois dias, especialistas nacionais e internacionais ligados ao universo da comunicação, desde proprietários e administradores de grupos de média, a directores de órgãos de comunicação social, jornalistas, representantes de empresas de sondagens e académicos da área das Ciências da Comunicação e Tecnologias de Informação discutiram a regulação dos média na terceira Conferência da ERC, dedicada ao tema “*A Comunicação Social num Contexto de Crise e de Mudança de Paradigma*”.

#### **1º Dia (20 de Outubro)**

##### **Sessão de Abertura**

A sessão de abertura foi presidida pelo **Presidente da Assembleia da República, Jaime Gama**, que salientou a importância da Conferência anual da ERC enquanto espaço de aprendizagem e diálogo entre o regulador e especialistas da área da comunicação social. Considerando que não existe em Portugal grande tradição de publicação de relatórios acerca da comunicação social, o Presidente da Assembleia da República sublinhou também a relevância dos relatórios anuais da Entidade, na medida em que permitem a todos os interessados desenvolverem um conhecimento apurado do sector. Jaime Gama notou que se assiste presentemente a uma grande “vivacidade das

estruturas accionistas” das empresas de média e congratulou-se com o facto de vivermos num país de liberdade e de pluralidade de imprensa. Manifestou, por fim, o desejo de a Conferência contribuir para uma consolidada reflexão acerca do sector.

**Azeredo Lopes, Presidente da ERC**, aproveitou a ocasião para salientar que em tempos de crise, é indispensável que o regulador reflecta e aborde questões relacionadas com os desafios que se colocam à comunicação social. Referiu ainda que o sector é um espelho da sociedade e, como tal, reflecte os mesmos defeitos e as mesmas virtudes. Nesse sentido, Azeredo Lopes encara as conferências anuais da ERC como espaço tido como particularmente qualificado para a promoção da reflexão e do debate através de uma abordagem diversificada das problemáticas dos média.

### **1ª Sessão – “O Futuro da Mediasfera. Impacto na Regulação”**

Na **1ª Sessão**, dedicada ao tema **“O Futuro da Mediasfera. Impacto na Regulação”**, **Jeffrey Cole, Director do Center for the Digital Future da USC Annenberg School for Communication**, começou por problematizar o papel da televisão na era do digital. Para este investigador, os média tradicionais não vão desaparecer com o advento do digital, vão antes transformar-se e adaptar-se à nova realidade, sobrevivendo como pequenos negócios. Os hábitos de consumo alteraram-se com a generalização do acesso à Internet de banda larga, contribuindo para a alteração dos modelos de negócio vigentes, como tem sucedido, por exemplo, com a indústria da música e do cinema. Jeffrey Cole sustentou que a televisão, ao contrário de outros média, deverá crescer de forma acentuada, saindo dos ambientes tradicionais e generalizando-se a diversas plataformas. Por outro lado, a imprensa será o meio de comunicação tradicional potencialmente mais afectado pela generalização do acesso à Internet, uma vez que a leitura de jornais em papel decresce quando a penetração da Internet aumenta. Sendo assim, pode prever-se o fim dos jornais no seu formato tradicional no intervalo de uma geração.

**Nobre-Correia, Professor da Universidade Livre de Bruxelas** e comentador da sessão, começou por assinalar que a televisão, a rádio e a imprensa estão a atravessar uma crise, que não é só uma crise da publicidade, mas também uma crise provocada pela emergência da Internet. Este facto, na sua opinião, deu lugar à concentração da propriedade dos média em toda a Europa, particularmente no sector da televisão, fenómeno que se acentuou com a introdução da Televisão Digital Terrestre e com a expansão das redes por cabo e parabólicas, provocando uma fragmentação da audiência que conduziu à fragilização da situação financeira das empresas. Defendeu

ainda que os movimentos de concentração são fruto de algumas circunstâncias antigas, mas também recentes, como o fenómeno de desregulação do sector.

**Rui Aguiar, Professor da Universidade de Aveiro**, e igualmente comentador da sessão, começou por observar que a comunicação social está numa encruzilhada, para defender que os desafios que se colocam ao sector passam essencialmente pelas mudanças tecnológicas que se estão a operar. Neste sentido, alertou para o facto de haver já quem esteja a trabalhar para os novos suportes de comunicação digital e os média devem estar atentos para acompanhar estas mutações. Defendeu que a tecnologia potencia a mudança dos comportamentos sociais e das modalidades de consumo de produtos comunicacionais, levando, por sua vez, a que as empresas de média criem novos modelos de negócio e de produção de conteúdos para plataformas multimédia.

## **2ª Sessão – “Que modelo(s) de negócio para a comunicação social?”**

Na **2ª Sessão**, dedicada ao tema **“Que modelo(s) de negócio para a comunicação social?”**, **Jorge Pereira da Costa, Partner da Roland Berger**, analisou os vários média enquanto agregadores de conteúdos, embora não negligenciando as suas especificidades. O orador referiu que a cadeia de valor dos média está a sofrer alterações profundas em todas as suas fases. Consequentemente, a digitalização de conteúdos potencia o surgimento de novos produtores, novos conteúdos e novas atitudes da parte dos consumidores. Destaca-se, como alteração fundamental, o facto de os produtores/criadores se poderem apropriar do valor que os agregadores outrora retinham para si próprios. Defendeu que é um fenómeno transversal aos vários média a expansão em multiplataformas e a procura de uma maior variedade de conteúdos, de interactividade e de serviços. Face a um consumidor com maior liberdade, defendeu o orador, a estrutura anteriormente verticalizada dos média deverá ser repensada. Jorge Pereira da Costa salientou a necessidade de os meios de comunicação estabelecerem um posicionamento coerente no mercado, construindo uma marca forte. Concluiu sublinhando que o óbvio está feito e o fundamental agora é perceber até onde as marcas podem ir, explorando novas oportunidades.

A este propósito, **Rafael Mora, Vice-Presidente da Ongoing**, começou por reflectir sobre o conceito de convergência digital, modelo que só recentemente se tornou possível devido ao surgimento de novas tecnologias. Rafael Mora sublinha que, se há 20 anos atrás a convergência digital não era possível por falta de infra-estruturas, actualmente com essas infra-estruturas já instaladas, os desafios encontram-se ao nível da criação de novos projectos e novos produtos. Neste sentido, o modelo

estratégico da Ongoing em Portugal baseia-se na criação de novas necessidades nos públicos e segmentações de negócio, assim como na implementação de parcerias com os países lusófonos. Por fim, o vice-presidente da Ongoing deixa uma questão ao regulador: que paradigma da regulação num contexto de convergência entre telecomunicações e meios de comunicação social?

**Martim Avillez, Director do Jornal “i”, Grupo Lena**, aproveitou a ocasião da III Conferência da ERC para apresentar a ideia de modelo de negócio que conduziu à criação do jornal i. Defendeu que este projecto conduziu à desmitificação de três mitos importantes do sector: o mito de que o mercado está sobrelotado, não havendo espaço para uma nova marca; o mito de que os títulos de baixa circulação trazem receitas baixas e o mito da facilidade de criação de um espaço informativo online. A respeito do online, o orador sublinhou que um dos pontos-chave do *ionline* é a articulação do espaço informativo com as redes sociais, cada vez mais procuradas pelos consumidores. Para terminar, Martim Avillez referiu que o objectivo fundador do projecto do jornal i está ligado à necessidade de criação de uma marca forte através da informação em papel, tendo, ao mesmo tempo, uma abordagem de flexibilidade e adaptação ao futuro.

Comentando as intervenções anteriores, **Joaquim Vieira, Jornalista**, destacou que se vive uma revolução e que se está ainda a tentar compreender e a procurar soluções de negócio para a comunicação social, incluindo para o papel do jornalismo e dos jornalistas no contexto multiplataforma. O orador problematizou a temática defendendo que para a democracia o essencial não é os jornais, mas sim o jornalismo, o que pode ser feito em qualquer plataforma. Defende, por isso, que os jornalistas não podem abdicar dos seus princípios e devem continuar a assumir o seu papel de mediadores, fazendo chegar ao público a informação que consideram ser importante. Neste âmbito, o comentador sustentou ainda que se deverá pensar a independência, a isenção, a diversidade e o pluralismo, sem cedências perante a ditadura das audiências. No que se refere ao negócio dos media, apesar dos desafios que os meios de comunicação tradicionais enfrentam, notou que estes continuam a ser atractivos para os grupos económicos. O comentador concluiu que, na fase de transição que se vive, a actividade da regulação deve ser repensada no contexto dos meios de comunicação digitais.

### **3ª Sessão – “Imprensa tablóide, revistas de sociedade e do ‘coração’ e reserva da vida privada”**

Na 3ª sessão, cuja preocupação essencial foi a de analisar a “**Imprensa tablóide, revistas de sociedade e do ‘coração’ e reserva da vida privada**”, **Vieira de Andrade, Professor da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra**, alertou para o facto deste tema tratar de dois direitos fundamentais em conflito: a liberdade de imprensa e a reserva da vida privada. A este respeito, sublinhou a dificuldade de estabelecer fronteiras nítidas entre os domínios privado e público. O conceito do que é privado, íntimo ou público varia de acordo com a história, a cultura e as próprias pessoas, afectando, nomeadamente, o seu comportamento. Prosseguindo uma perspectiva jurídico-constitucional, defendeu que um conflito desta natureza não se resolve pela prevalência hierárquica de direitos, mas sim pela ponderação caso a caso. Segundo Vieira de Andrade, esta ponderação faz-se através da verificação de três aspectos: o âmbito e intensidade de cada um dos direitos protegidos constitucionalmente, a maneira como se capta e divulga a informação e a condição das pessoas afectadas.

De acordo com o depoimento de **Carlos Ventura Martins, Director-Geral de Publicações do Grupo Impala**, assiste-se a uma mudança em que as matérias do domínio privado se tornaram públicas e aquilo que era público tornou-se privado. Neste sentido, sustentou que na sociedade existe um crescente interesse nas matérias tratadas na imprensa cor-de-rosa. O comentador recorreu a diversas histórias da rotina diária da sua profissão para ilustrar o facto deste tipo de jornalismo se confrontar com uma diversidade de pessoas que têm diferentes intenções, não descurando que algumas delas o possam instrumentalizar. Em conclusão, o orador referiu que, no grupo a que pertence, o respeito pela reserva da vida privada é um valor que está muito presente no trabalho que realizam.

O testemunho de **Nuno Azinheira, Director do Diário 24 Horas**, aponta também para a dificuldade que há em delimitar as fronteiras do público e do privado, resolução que, na sua opinião, passa essencialmente por uma questão de bom senso e de bom gosto. Referiu ainda outra dificuldade nessa delimitação, que se prende com a inconsistência entre a forma como as pessoas por vezes se comportam e aquilo que supostamente defendem. Finalmente, reconheceu que a definição da vida privada torna-se melindrosa num momento em que é cada vez mais ténue e difuso o próprio conceito de figura pública.

## **2º Dia (21 de Outubro)**

### **4ª Sessão – “Televisão Pública e Televisão Comercial: o que as distingue, o que as deve distinguir?”**

**Tânia Soares, Coordenadora da Unidade de Monitorização da ERC** iniciou a sua intervenção na **4ª Sessão** da conferência, sob o título: **“Televisão Pública e Televisão Comercial: o que as distingue, o que as deve distinguir?”**, fazendo uma súmula dos principais resultados da monitorização dos serviços noticiosos do operador público e dos operadores privados no horário nobre em 2007 e 2008. Da análise dos três operadores, verifica-se um mimetismo ao nível das temáticas mais abordadas nos noticiários, dos protagonistas mais mediatizados e da prevalência do enfoque geográfico nacional genérico. Outra conclusão do estudo está relacionada com o predomínio das fontes de informação não identificadas, bem como a maior percentagem de peças com contraditório. A oradora salientou ainda outros aspectos relevantes do ponto de vista da regulação, nomeadamente, a utilização de técnicas de ocultação de identidade, da advertência prévia em peças com conteúdo violento ou de cariz erótico, os critérios de identificação de vítimas de crimes e o respeito pela presunção da inocência. Para além dos elementos de mimetismo salientados pelo estudo, Tânia Soares elencou ainda algumas características distintivas da informação diária dos operadores público e privados.

**Telmo Gonçalves, Coordenador da Unidade de Análise de Media da ERC**, apresentou uma visão global sobre a diversidade e o pluralismo nas grelhas de programação dos três operadores de televisão generalista, baseada nos dados que constam do relatório de regulação da ERC relativo ao ano de 2008. O orador salientou o facto de, nos três serviços de programas, se destacarem a informação, a ficção e o entretenimento. No entanto, a programação da RTP1 apresenta uma maior distribuição de géneros de programação nas suas grelhas de emissão. No segmento horário mais importante das grelhas de programação diária, o horário nobre, constata-se a primazia dos serviços noticiosos em todos os canais, seguidos dos concursos/jogos, na RTP1, e das telenovelas, na SIC e na TVI. Foram ainda apresentados outros dados relevantes como por exemplo a clara distinção entre público e privado no que diz respeito à programação infanto-juvenil.

**Guilherme Costa, Presidente do Conselho de Administração da RTP**, começou por questionar a actualidade do modelo de serviço público vigente em Portugal e na Europa. Neste sentido, salvaguardou que a actuação da RTP, concessionária do serviço público em Portugal, só pode ser escrutinada com base no modelo existente e não em

modelos hipotéticos. Relativamente ao papel a desempenhar pelo serviço público, o orador defendeu que se deverá combinar o objectivo de audiências, com objectivos de qualidade distintiva da programação, assegurando o que denominou de ‘compliance’, ou seja a observância das normas legais e constantes do contrato de concessão de serviço público. Guilherme Costa não considera o modelo de serviço público existente como um dogma, antes aceita que este possa ser revisto.

**Francisco Pinto Balsemão, Presidente do Grupo Impresa**, centrou a sua intervenção na contestação do modelo de serviço público abrangente baseado numa abordagem simultânea de complementaridade e concorrência. A seu ver, este modelo gera uma concorrência desleal, já que o «monstro», de acordo com as suas palavras, é alimentado por subsídios públicos e dá sinais de que pretende crescer. Francisco Pinto Balsemão defendeu, como alternativa, um modelo proposto para a BBC, que se baseia na existência de um canal de qualidade sem publicidade, a par de um canal desportivo. Em conclusão, referiu que a grelha de programação deverá ser o ponto essencial de distinção entre serviço público e serviço privado, sublinhando a urgência da realização de auditorias externas ao serviço público, do ponto de vista do controlo, autenticação e certificação.

**Rui Cádima, Professor da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa** e comentador deste painel, iniciou a sua intervenção contextualizando as intervenções precedentes no âmbito da relação entre a televisão e a sociedade. Para Rui Cádima, o sistema dos média vive uma crise do paradigma do progresso, tendo perdido a capacidade de desenvolver uma perspectiva crítica e solidária. Olhando para a relação entre serviço público e privado, na sua opinião, a questão fundamental prende-se com os processos de escrutínio e a luta contínua para corresponder aos interesses dos cidadãos, domínio no qual não pode haver condescendência. Salientando a migração para o digital, afirma que deve repensar-se a relação entre público e privado também neste contexto. O comentador apresentou ainda uma revisão de instrumentos legais relevantes na área do audiovisual ao nível da União Europeia, salientando o modelo alemão de avaliação do serviço público, denominado *three step test*.

### **5ª Sessão – “Sondagens e Jornalismo. Práticas e Boas práticas”**

Na 5ª Sessão, centrada no tema “Sondagens e Jornalismo. Práticas e Boas práticas”, **Vidal de Oliveira, Professor da Escola Superior de Comunicação Social**, registou um condicionalismo do estudo de Sondagens e Inquéritos de Opinião – Diagnóstico e Sugestões de Medidas a Adoptar: o contexto eleitoral em que foi realizado. Sublinhou,

no entanto, que este é o primeiro contributo para a análise de sondagens e apresentou as principais recomendações feitas à ERC pelos autores do estudo: a manutenção do cumprimento do descritivo dos procedimentos de amostragem nas fichas técnicas de acordo com a lei em vigor; a indicação do erro amostral; a manutenção da técnica de recolha telefónica e a apresentação dos resultados em valores inteiros anulando as décimas. Desta forma, evitar-se-á a interpretação pública de ganhos ou perdas a partir de dados sem expressão real. O orador salientou que os resultados das sondagens só se aproximam da realidade se a abstenção divulgada for baixa, ou se os inquiridos se identificarem com o eleitor, o que nem sempre se verifica.

**Helena Nicolau, Professora da Universidade de Lisboa**, apresentou as principais conclusões do estudo desenvolvido acerca das projecções de duas eleições: as legislativas de 2005 e as europeias de 2009. Tendo procedido a uma análise multivariada, o estudo permitiu identificar duas classes com base nos desvios observados por partidos. No que respeita ao caso particular das projecções das eleições europeias de 2009, constata-se como principais evidências que o CDS-PP foi subavaliado, o PCP esteve próximo do que se verificou nas eleições, o BE teve uma ligeira subavaliação e o PSD não registou diferenças significativas nas projecções em nenhuma das eleições. No caso do PS, assiste-se a um efeito inverso de uma projecção para a outra, para o que terão contribuído os valores relativos aos votos brancos e nulos.

**Fernando Cascais, Director do Cenjor**, abordou a relação entre as sondagens e os órgãos de comunicação social, destacando que estes são clientes privilegiados, divulgadores exclusivos e gestores de expectativas das sondagens. O orador indicou um conjunto de elementos que considera indispensáveis, como sejam a elaboração de um código de boas práticas, a formação especializada de jornalistas que trabalham estas questões, contribuindo assim para a qualidade e fiabilidade da divulgação de sondagens nos órgãos de comunicação social. Defendeu a necessidade de se aperfeiçoar a legislação no que respeita à publicação das fichas técnicas, reduzindo ao mínimo os seus elementos. Destacou ainda como fundamental a identificação da entidade que encomenda a sondagem e da entidade que a fornece.

**António Salvador, Presidente da Assembleia Geral da APODEMO**, teceu várias considerações críticas ao Relatório da ERC sobre as sondagens, nomeadamente a recomendação de redução dos erros de medida, bem como o facto de se retirarem as casas decimais dos valores percentuais e a avaliação da qualidade baseada nos resultados brutos. Assinalou que grande parte dos políticos segue a teoria do “*bandwaggon*” – a ideia de que *scores* mais elevados nas sondagens conduzem a mais votos. No entanto, vários serão os exemplos verificados na prática que o

contradizem, como sucedeu com o CDS-PP nas últimas eleições europeias, no qual se terá assistido a um efeito contrário. O ponto fundamental na discussão da relevância e do impacto das sondagens eleitorais consiste, na sua opinião, em clarificar o entendimento de sondagem e previsão. É deste equívoco que advém a maior fonte de prejuízo para a credibilidade das empresas. Acima de tudo, as sondagens são um retrato do momento, que quando efectuadas sistematicamente permitem traçar tendências, o que as distingue claramente de previsões. Todavia, tal não é linear, já que os factores de medida não deixam de assumir efeitos perversos, como por exemplo, as recusas em participar no estudo; as projecções dos indecisos; o impacto da formulação da pergunta, entre outros.

**Jorge Sá, Representante de outras empresas de sondagens credenciadas**, salientou a oportunidade de reflexão acerca da regulação de sondagens, sublinhando que a Lei 10/2000 pode ser aplicada a sondagens de natureza cultural e social. O orador propôs a revogação da portaria que obriga à identificação exhaustiva dos entrevistadores e/ou o recurso a serviços de terceiros, nomeadamente quando o cliente não os paga. Defendeu a possibilidade de cidadãos sem capacidade eleitoral activa poderem ser entrevistadores. Por último, registou as obrigações do regulador na publicação de sondagens e apelou a que, em conjunto com os agentes políticos, comunicação social, universidades e técnicos de sondagens, se garanta a definição de amostras aleatórias assentes no recenseamento eleitoral.

Por último, **Ricardo Costa, Director-Adjunto do Expresso**, referiu que nos últimos tempos as sondagens têm vindo a ser utilizadas como tema central da discussão política e das campanhas eleitorais. Destacou ainda que em termos gerais os erros das sondagens relativamente aos resultados eleitorais têm sido pouco significativos. No entanto, é necessário rever o papel da regulação e da legislação. Em relação ao estudo apresentado, Ricardo Costa salientou que a diminuição e simplificação da ficha técnica é uma sugestão pertinente, ao contrário da eliminação das casas decimais, da medição da abstenção e da atribuição da responsabilidade de depósito legal das sondagens às empresas de comunicação social.

### **Conferência de Encerramento – “Justiça e Liberdade de Imprensa”**

A conferência de encerramento subordinada ao tema: **“Justiça e Liberdade de Imprensa”**, foi presidida por **Pinto Monteiro, Procurador-Geral da República**, que distinguiu os tempos da comunicação social e da justiça. Defendeu que o segredo de justiça não deve implicar «um silêncio absoluto» da Comunicação Social. Segundo o Procurador-Geral da República, o facto de os meios de comunicação abordarem casos

abrangidos pelo segredo de justiça não «prejudicará» a investigação e, ao mesmo tempo, os órgãos informativos ganharão em termos de «rigor». Por outro lado, a utilização de fontes «não credíveis», que originam «notícias deturpadas», motivaram, entretanto, uma chamada de atenção por parte de Pinto Monteiro. Sublinhou ainda que «existe uma conflitualidade entre a Comunicação Social, os cidadãos e os tribunais», mais especificamente no que se refere a direitos fundamentais (o da liberdade de imprensa e os direitos de personalidade), a qual, segundo defende, só será solucionada «sopesando as circunstâncias concretas de cada caso».

As intervenções dos diversos oradores e os debates a que deram lugar, seguidos por mais de 600 participantes, confirmaram a III conferência da ERC - "**A Comunicação Social num Contexto de Crise e de Mudança de Paradigma**" – como um espaço aberto ao debate entre diferentes perspectivas sobre a evolução do sector da comunicação social.

**Comissão de Redacção:**

**Coordenação:** Tânia Soares e Telmo Gonçalves

**Equipa:**

Eulália Pereira  
Vanda Calado

Augusta Novo  
Bruna Afonso  
Catarina Páscoa  
Filipa Menezes  
Pedro Puga  
Vanda Ferreira

*Lisboa, 21 de Outubro de 2009*