



V Conferência Anual da ERC
6 de junho de 2013

Auditório da Faculdade de Direito
da Universidade de Lisboa

Inscrições e Informações:
Tel: 21 010 71 00
conferencia@erc.pt
www.erc.pt



Design: António da Silva

V Conferência Anual da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Regular e Gerir a Mudança

em contexto mediático

6 de Junho de 2013

Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa

Síntese Conclusiva

Na **sessão inaugural** foi destacada a importância da ERC e desta conferência anual para a reflexão acerca do panorama da comunicação social em Portugal. Foi colocada em perspetiva a evolução do conceito de liberdade de expressão e do seu exercício, desde abril de 1974. Alertou-se para o facto de os poderes atribuídos à ERC serem limitados no que respeita à identificação da propriedade dos órgãos de comunicação social e em matéria de concorrência, o mesmo acontecendo no que respeita à regulação dos novos media.

António Vasconcelos Tavares, vice-reitor da Universidade de Lisboa, destacou o papel da Universidade na sociedade e a sua relação com a liberdade, enfatizando que esta última acarreta compromisso e responsabilidade. Defendeu ainda que, num contexto de retração económica, é necessário estimar as pessoas, os valores e o país, deixando uma mensagem de esperança no futuro.

Eduardo Paz Ferreira, Presidente da Assembleia da Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa, historiou o conceito de liberdade de expressão e do seu exercício, desde abril de 1974, debruçando-se sobre as diferenças de hoje relativamente aos tempos, que qualificou de “conturbados”, do pós-25 de abril. Deixou ainda uma questão de fundo quanto à atividade do regulador, questionando se a ERC tem ao seu dispor as atribuições e os meios

adequados para atuar num contexto tão complexo como o da comunicação social, designadamente, ao nível da concentração da propriedade dos órgãos de comunicação social, do impacto das novas plataformas potenciadas pelas tecnologias e pela Internet e ainda dos comentários online em páginas de órgãos de comunicação social.

O **Presidente do Conselho Regulador da ERC, Carlos Magno**, apelou à utilização de uma nova linguagem, ou mesmo a reciclagem de velhos vocábulos, para falar de novos conceitos com novos sentidos. Salientou ainda a palavra 'medo', que todos os dias é injetada na agenda mediática. Argumentou que quem domina a linguagem, domina a comunicação. Defendeu também que é preciso estabelecer uma relação entre novas práticas do jornalismo e novos negócios, assentando nesta ligação o eixo da mudança. No seu entender, é ainda imperativo alargar a dimensão do mercado dos *media* na geografia da língua.

Sessão I – Novos jornalismo, novos negócios?

*A primeira sessão serviu como ponto de partida para a apresentação do projeto internacional “Comunicação Social, Crise e Mudança”, que resulta de uma parceria entre a Entidade Reguladora e o CIES-IUL. Nesta sessão, moderada por **Gustavo Cardoso, investigador do ICS-IUL**, defendeu-se a existência de diversos modelos de negócio para os media, não havendo uma solução única, nem milagrosa, para financiar os órgãos de comunicação social na transição para o digital. É, por isso, necessário entender as mudanças sociais para dirigir os produtos mediáticos ao encontro dos interesses e modos de vida dos públicos.*

Charlie Beckett, do Departamento de Comunicação e Média da London School of Economics, apresentou modelos de negócio das empresas de comunicação social no Reino Unido, fornecendo exemplos de soluções encontradas por cada uma delas, adaptadas às suas especificidades. Não existindo um modelo único para garantir a sustentabilidade, defendeu a adoção de soluções criativas, sem descurar a relação com as pessoas, a proximidade com os públicos e a qualidade dos conteúdos.

De Espanha, Ramón Salaverría, diretor do Departamento de Projetos Jornalísticos da Universidade de Navarra, veio referir que no panorama mediático atual daquele país se assiste a três tendências de adaptação das empresas de comunicação social aos desafios colocados pelas novas tecnologias e a Internet: a aposta na multiplataforma (*cross-media*), a pulverização de conteúdos e a diversificação de modelos de negócio. Quando se pensa em modelos de negócio das empresas de *media* é importante falar da estrutura das empresas, mas também das estratégias editoriais num contexto de rápida mudança, que compreende a tecnologia e a fragmentação dos públicos. Entre as soluções apresentadas, destacou as publicações de nicho e os dispositivos móveis. O futuro das empresas de *media* passa também pela sua globalização.

Fausto Colombo, professor de Teorias da Comunicação e de Políticas para os Média da Università Cattolica del Sacro Cuore, de Milão, sustentou que os modelos de

negócio clássicos estão ultrapassados e que as empresas de *media* enfrentam grandes oligopólios na web. Resta, pois, saber quem beneficia com a produção de conteúdos de forma gratuita e ocasional pelos cidadãos. São estes oligopólios que concorrem de forma desigual com as empresas de *media* online, já que beneficiam de trabalho gratuito e competem pelas mesmas formas de financiamento. Este cenário resulta na desvalorização do trabalho de profissionais como os jornalistas.

Bregtje van der Haak, documentarista, jornalista e editora da VPRO Television, sugeriu uma visão diferente sobre o exercício do jornalismo no contexto das novas tecnologias e novos *media*, considerando que o jornalismo se fortalece no quadro da crescente diversidade de oportunidades e modelos fornecidos pelos novos *media*. Com a complexificação, os conteúdos jornalísticos de qualidade tornam-se cada vez mais necessários, mas os jornalistas terão de colaborar com outros especialistas para contar boas histórias.

Sessão II - Comunicar Crise e Mudança

Na segunda sessão, foram apresentados os dados relativos ao tratamento jornalístico da crise que vem preocupando o regulador dos *media*. Segundo, **Tânia de Moraes Soares, Diretora do Departamento de Análise de *Media* da ERC,** desta análise resulta que a crise financeira foi valorizada nos alinhamentos dos telejornais e fez crescer a oferta de informação económica, bem como contribuiu para uma maior europeização da informação.

Quanto à crise setorial, **Vanda Calado** salientou que as televisões tenderam a associar de modo mitigado o contexto geral de crise ao setor dos *media*. Esta associação tem sido relacionada com certos acontecimentos, como a discussão sobre o futuro do modelo de serviço público de rádio e de televisão.

Carla Martins destacou que, em 2012, António Borges esteve no epicentro de uma discussão que gerou uma forte noticiabilidade em torno do modelo de serviço público para a rádio e televisão em Portugal. A convergência da agenda, circularidade de informação e repetição geraram um efeito de redundância no tratamento televisivo do caso. A discussão sobre o futuro da RTP revelou-se um dossiê politizado e fraturante, que mobilizou os órgãos de comunicação social, protagonistas de diferentes setores e a opinião pública.

Alberto da Ponte, presidente do Conselho de Administração da RTP, Pedro Norton, CEO do Grupo Impresa e Rosa Culléll, administradora delegada do grupo *Media Capital*, comentaram a sessão numa **mesa redonda, moderada por Alberto Arons de Carvalho, vice-presidente da ERC.** Discutiu-se os efeitos do plano de reestruturação da RTP e do novo contrato de concessão. Considerou-se também que a crise no setor se prolongará por muitos anos, quer no eixo tecnológico, que traduz uma mudança de paradigma, quer no eixo do consumo, que obriga a repensar os conteúdos para diversas plataformas. A conjugação da crise estrutural e da crise conjuntural coloca os maiores desafios às empresas de comunicação social. Salientou-se ainda a grande queda do mercado publicitário e a sua menor dimensão no PIB português, pelo que se concordou que a crise exige mudança.

Alberto da Ponte, presidente do Conselho de Administração da RTP, abordou o plano de reestruturação da RTP, afirmando que não se trata de uma estratégia da RTP mas antes do Governo. Salientou que a estação pública portuguesa, tal como as congéneres europeias, se encontra em processo de ajustamento face aos constrangimentos financeiros, tendo cumprido, até agora, os objetivos estipulados. Citou ainda um documento europeu onde se defende que o financiamento público é importante para garantir a independência das estações públicas. Relativamente ao futuro, informou que a RTP deve continuar a garantir a qualidade, estando já pensada uma nova carteira de conteúdos em que não serão descuradas as audiências.

Pedro Norton, CEO do Grupo Impresa, referiu que no setor dos *media* a gestão se faz sob um princípio de incerteza permanente e considerou que a crise se prolongará por muitos anos, uma vez que conjuga a vertente estrutural - ao nível da diminuição das receitas publicitárias e da alteração dos modos de produção e dos hábitos de consumo de produtos mediáticos - e uma vertente conjuntural, que decorre da crise económico-financeira que afeta o país. É esta dupla vertente que coloca os maiores desafios às empresas de comunicação social. Pedro Norton defendeu que o setor dos *media* se confronta com uma mudança de paradigma, potenciada pela tecnologia e pela subsidiária alteração dos hábitos de consumo, que obriga a repensar os conteúdos para diversas plataformas, o que implica custos acrescidos.

Rosa Cullell, administradora delegada da Media Capital, enfatizou a exiguidade do mercado publicitário português, agravado pela acentuada retração registada nos últimos anos, cifrada em cerca de 40%. Perante este quadro, defendeu que a crise exige mudança. Em tempos de crise, entendeu ser crucial garantir a qualidade e a independência, mas a sobrevivência das empresas de *media* dependerá da criatividade das soluções encontradas. Referiu que é necessário estabelecer parcerias e seguir o caminho da internacionalização dos conteúdos, pela via dos falantes de português em todo o mundo, como modo de alargar o mercado. Rematou que o caminho terá que ser o do consenso, da transparência e das parcerias entre os diversos operadores.

Sessão III - O Panorama dos meios de comunicação social portugueses: Novos serviços num mercado em mudança

Na primeira sessão da tarde refletiu-se sobre o peso dos órgãos de comunicação social eletrónicos no panorama mediático e sobre os desafios que a digitalização dos *media* coloca à intervenção regulatória.

Ana Mira Godinho, Coordenadora da Unidade de Registos, referiu que no período de 2008 a 2012 se verificou uma diminuição de 20% do número de publicações registadas na ERC. Paralelamente, assistiu-se a uma diminuição dos projetos em papel, ao mesmo tempo que se registou um aumento das publicações exclusivamente *online*.

O advento do *online* exige ao regulador uma definição mais precisa do conceito de órgão de comunicação social, de modo a situar a fronteira da sua atuação. Problemática, aliás, que tem justificado alterações legislativas no quadro europeu e nacional. Para ilustrar estes dilemas,

Margarida Almeida, apresentou dois casos de fronteira, um relativo a um blogue e outro a um portal. Neste campo, o regulador assume que deve proceder à avaliação casuística, de forma a decidir se se está perante um órgão de comunicação social enquadrável no âmbito da atividade regulatória.

Marta Carvalho, Coordenadora da Unidade de Fiscalização da ERC, refletiu sobre os principais impactos das mudanças legais nos setores da rádio e da televisão entre 2008 e 2012. Quanto à rádio, notou-se a flexibilização das alterações às estruturas de propriedade e às condições de programação permitidas pela Lei. Hoje, os pequenos operadores sentem grandes dificuldades, sendo obrigados a estabelecer sinergias e a partilhar conteúdos entre si, no período de emissão diária. A crise financeira veio ainda exigir aos operadores que encontrem soluções criativas para sobreviverem.

A televisão parece registar uma evolução em contraciclo à contração económica, com o surgimento, entre 2008 e 2012, de novos operadores e novos serviços de programas exclusivamente por cabo. A este propósito, **Ângela Nobre** apontou três tendências na oferta de serviços de programas por cabo: ao nível do modelo de acesso, predominando o de acesso livre com assinatura; ao nível da cobertura, com a internacionalização; e ao nível dos conteúdos, com a especialização.

Manuel Tavares, diretor do JN, José Luís Ramos Pinheiro, gerente da Rádio Renascença, Luís Cabral, administrador da *Media Capital* Rádios e Octávio Ribeiro, diretor da CMTV, comentaram a sessão numa **mesa redonda, moderada por Adelino Gomes, jornalista e investigador**.

Foi salientado que, apesar da crise, os órgãos de comunicação social têm investido em novos conteúdos distribuídos em várias plataformas, o que altera profundamente a concorrência no setor. Alteram-se os hábitos de consumo dos media, com o reforço da procura de conteúdos de qualidade em diferentes plataformas, sendo que responder a este desafio implica investimento financeiro e soluções criativas. Os intervenientes consideraram que pode ser difícil ao regulador olhar para o mercado atual e conseguir definir orientações sobre todos estes desafios. Defenderam que a aposta em mecanismos de auto e correção será essencial para manter o equilíbrio do setor.

Manuel Tavares, diretor do Jornal de Notícias, focou as medidas implementadas pelo jornal, em 2010, para fazer frente ao contexto de crise: cortes editoriais e na produção, redução de pessoal, redução do número de páginas e desinvestimento nas ações de marketing, nomeadamente, o abandono das ofertas aos leitores. Por outro lado, definiu a orientação para o Norte como o ADN da publicação, optando-se por um jornalismo de proximidade, com o reforço da rede de correspondentes. Acrescentou que o jornal se tornou resiliente e que, atualmente, não tem problemas enquanto negócio, reforçando a importância da diferenciação.

José Luís Ramos Pinheiro, gerente da Rádio Renascença, destacou que atualmente a concorrência faz-se investindo em multiplataformas, dado que as pessoas usam cada vez mais os diferentes suportes e procuram conteúdos de qualidade. Para os meios de comunicação social o desafio é estar exatamente onde as pessoas estão, o que implica custos elevados.

Sublinhou que são necessárias soluções criativas para chegar ao público, e que é imprescindível apostar num jornalismo distintivo. Defendeu que é necessário olhar para um mundo global e nele procurar respostas. Referindo-se à regulação, considerou que a auto e a correção são cada vez mais essenciais ao setor. Alertou para a necessidade de uma maior consolidação legislativa – é preciso acabar com o excesso de alterações e em curtos espaços de tempo –, que assegure estabilidade ao setor e permita melhorar a qualidade da oferta de rádio.

Luís Cabral, administrador da Media Capital Rádios, realçou os desafios que, em seu entender, se colocam ao meio rádio: a diversificação dos conteúdos por diferentes *media*, mais facilitada para estruturas de maiores dimensões; a valorização dos conteúdos internos em detrimento dos externos; a queda do investimento publicitário (40% de redução de mercado); e a manutenção do nível de pressão dos anunciantes (decaiu apenas 10%). Concluiu que só se manterão as empresas com “geometrias variáveis”.

Octávio Ribeiro, diretor da CMTV, expressou várias inquietações. Por um lado, considerou que a falta de regulação no mercado publicitário acabou por destruir o “bolo” que assegurava o funcionamento do setor, sobretudo televisivo. A mudança da propriedade e dos centros de decisão dos meios de comunicação para fora do país também foi uma das preocupações manifestadas, assim como a precariedade laboral. A transparência na medição das audiências mereceu igual destaque, com o orador a defender que, no caso da televisão, está-se na “alegoria da caverna”, com as decisões a serem tomadas com base em “sombras”. O que significa que se podem estar a fechar empresas e a despedir pessoas sem um conhecimento objetivo da realidade. O diretor da CMTV defendeu ainda que não há jornalismo de futuro sem multiplataformas.

Sessão IV – Autonomia editorial e propriedade dos meios

Na segunda sessão da tarde, **José Paulo Correia de Matos, diretor do Departamento Jurídico da ERC**, refletiu sobre a separação entre gestão empresarial e matéria editorial, assim como sobre a transparência da propriedade dos meios, fatores chave na garantia de independência da informação. O quadro legal delimita as áreas de gestão e editorial. No entanto, esta separação não é absoluta. A entidade proprietária define quem exerce cargos de chefia no órgão de comunicação social, assim como define o estatuto editorial. Na forma como é prosseguida essa relação são jogadas muitas das garantias de independência da informação. Ao regulador cabe assegurar o exercício do direito à informação e a liberdade de imprensa. A este respeito foram apresentados por **Neuza Lopes** alguns casos em que a ERC foi chamada a intervir, nos quais estava em causa a autonomia editorial.

José Alberto Carvalho, diretor de informação da TVI, Paula Cordeiro, investigadora e provedora do ouvinte da RDP, Pedro Mourão, presidente da CCPJ, Júlio Magalhães, diretor do Porto Canal, Maria Flor Pedroso, jornalista da RDP e Ricardo Costa, diretor do Expresso, comentaram a sessão numa **mesa redonda, moderada por Marcelo Rebelo de Sousa**.

Os comentadores identificaram um conjunto de problemas que tornam mais complexa a separação entre a gestão empresarial e a gestão editorial, tendo em consideração fatores novos que são um obstáculo à sustentabilidade financeira dos órgãos de comunicação social.

Sublinhou-se também que a concentração da propriedade pode ser um risco para a independência da informação. Conhecer os proprietários dos media é crucial para que o público possa perceber o contexto de produção informativa.

José Alberto Carvalho, diretor de informação da TVI, fez questão de salientar a utilização, por entidades que não prosseguem a atividade de comunicação social, de conteúdos informativos produzidos por empresas de *media* sem o respetivo retorno financeiro. Por outro lado, apontou a disputa do mercado publicitário entre estes mesmos atores. No que se refere à transparência da propriedade dos meios, defendeu que não é a origem dos proprietários que garante a idoneidade dos órgãos de comunicação social e que verdade, confiança e transparência são valores essenciais no contexto atual. Por fim, considerou que a liberdade editorial deve ter o limite imposto pelo bom senso.

Paula Cordeiro, Provedora do Ouvinte da RDP e investigadora, salientou que o fenómeno da concentração dos *media* assume uma escala internacional e representa uma ameaça à independência editorial dos *media*, tendo vindo a refletir-se negativamente no exercício da liberdade de imprensa. Quanto ao financiamento dos *media*, Paula Cordeiro salientou fenómenos crescentes de patrocínio de conteúdos pelas marcas. Salientou ainda o fenómeno de *endorsement*, na rádio, assemelhando-o à colocação de produto e como sintoma de novas formas de interferência das marcas nos meios.

O **presidente da Comissão da Carteira Profissional do Jornalista, Pedro Mourão**, centrou a sua comunicação em torno da legislação setorial. Manifestou preocupação com aquilo a que chamou “frenesim legislativo”, defendendo que deve haver tempo para que as leis se possam sedimentar sem que sejam constantemente alteradas. Para Pedro Mourão, as reformas elaboradas em tempo de crise não podem colidir com as leis estruturadas. Reforça que qualquer alteração legislativa deverá ser antecedida de uma auscultação dos intervenientes do setor, evitando o risco de uma “democracia musculada”.

Júlio Magalhães, diretor do Porto Canal, recuou à década de 80 para preconizar como as mudanças a que assistiu justificam a relação entre autonomia editorial dos jornalistas e a propriedade dos meios de comunicação social. Destaca a saída dos jornalistas das ruas, do seu contacto direto com as populações e o seu estreitamento com os agentes políticos e económicos. Considerou que esse processo de aproximação não é negativo, pois permitiu a alavancagem dos *media*, mas alterou substancialmente as práticas do jornalismo. Enfatizou que acredita que a capacidade editorial dos jornalistas jamais se irá esgotar, mas que o seu trabalho não será possível sem que se relacionem com todos os agentes que os cercam.

A jornalista da RDP Maria Flor Pedroso colocou a tónica do seu comentário na questão da autonomia editorial, relacionando-a com as alterações que a própria tem observado no jornalismo. Frisou que, apesar das mudanças que tem verificado na rotina jornalística, a sua maior ambição continua a ser não trair os ouvintes. Defendeu que os jornalistas deixaram de ser os ouvidos, os olhos, o olfato dos ouvintes, dos telespetadores e dos leitores e vivem um

problema de “antecipação nas notícias”. Segundo Maria Flor Pedrosa, os jornalistas constantemente adiantam as notícias, notando que tal procedimento dificulta o seu trabalho, uma vez que, quando a realidade não corresponde à antecipação, por vezes os profissionais não sabem como lidar com essa situação.

Retomando a questão das audiências, aflorada por outros oradores presentes na sessão, **o diretor do jornal Expresso, Ricardo Costa**, defendeu que a problemática das audiências é antiga, embora a forma de as medir, a sua métrica, tenha mudado, passando a ser feita ao minuto. Chamou à atenção para a existência de uma discrepância na avaliação das audiências entre os diferentes meios de comunicação social. Sustentou que não se pode estar refém das audiências, mas que as mesmas também não podem ser ignoradas. A propósito da viabilidade económica dos meios, lembrou que a concentração é um tema complexo mas muito importante e defendeu que há concentração necessária e que não pode ser travada, quer do ponto de vista económico, quer tecnológico. Explicou que a questão que deve preocupar entidades reguladoras e legisladores é a da identidade dos proprietários dos meios de comunicação social, vetor cada vez mais complexo.

O **professor Marcelo Rebelo de Sousa**, responsável pela moderação da sessão, sintetizou que se falou pouco de imprensa, o que não se trataria de um acaso. No quadro da discussão de matérias legislativas, defendeu que perduram leis absurdas, como um diploma do tempo do PREC sobre eleições autárquicas. Argumentou que todos os dias observa movimentos de concentração da propriedade, o que levanta problemas em termos de concorrência.

A propósito das alterações verificadas na rotina do trabalho jornalístico, Marcelo Rebelo de Sousa questionou qual o espaço reservado para o jornalista, por exemplo, em televisão. Lembrou que, sobretudo nos canais generalistas, esse espaço tem vindo a diminuir e a ser ocupado por outros, sobretudo da área do entretenimento. Chamou à atenção para a necessidade de trazer para o debate o domínio da internet e dos novos protagonistas (novos meios de comunicação social) e lembrou a dificuldade de regular o estatuto editorial.

A propósito das pressões relativamente ao trabalho dos jornalistas, o moderador defendeu que acredita que se pode viver com a pressão política porque os jornalistas perduram para além dos ciclos políticos.

A conferência foi encerrada pelo **Ministro Adjunto e do Desenvolvimento Regional, Miguel Poiães Maduro**, que salientou que a crise alavanca um processo de autoconhecimento das sociedades, num contexto no qual os *media* desempenham um papel fundamental. A democracia requer uma esfera pública informada e esclarecida e o pluralismo é uma dimensão essencial da riqueza cultural, de onde os *media* são instrumentos essenciais para a edificação do conhecimento e discussão das políticas públicas. Daqui advêm responsabilidades acrescidas para os *media*, não devendo estes negligenciar os códigos de conduta que garantem a qualidade do trabalho jornalístico. O debate público deve ser alargado sem se falsificarem questões, evitando-se o ruído e melhorando-se a cultura política. A terminar o seu discurso, reafirmou que entre as prioridades da tutela da comunicação social, está o apoio aos meios que pretendam migrar para novas plataformas, com a transparência que se impõe na atribuição dos auxílios

públicos, bem como apoiar investimentos, através do setor empresarial do Estado, para que os *media* atuem libertos de pressões políticas ([consultar discurso integral](#)).

As intervenções dos diversos oradores e os debates a que deram lugar, seguidos por cerca de 200 participantes, confirmaram a V conferência da ERC – “*Regular e Gerir a Mudança em contexto mediático*” – como um espaço aberto ao debate entre diferentes perspetivas sobre a evolução do sector da comunicação social.

Comissão de Redação:

Supervisão: Luísa Roseira

Coordenação: Tânia de Moraes Soares

Alexandra Figueiredo

Bruna Afonso

Carla Martins

Carla Oliveira

Catarina Páscoa

Celeste Gracio

Eulália Pereira

Filipa Menezes

João Triães

Pedro Puga

Sara Duarte

Vanda Calado

Vanda Ferreira

Lisboa, 6 de junho de 2013