

Discurso da Vogal da ERC, Carla Martins, como Keynote Speaker do Painel “O Estado da Nação dos Media”, no dia 15 de maio de 2024, no 33.º Digital Business Congress promovido pela Associação Portuguesa para o Desenvolvimento das Comunicações (APDC).

Senhor Presidente da APDC, Eng.º Rogério Carapuça
Senhor Presidente do 33.º Digital Business Congress, Professor Arlindo Oliveira
Senhores e Senhoras congressistas e participantes

É uma honra abrir o painel “Estado da Nação dos Media” em representação da ERC. Os meus agradecimentos pelo convite e um cumprimento especial aos líderes dos grupos de comunicação social que integram esta sessão.

As minhas primeiras palavras são inspiradas na ideia de “Nação dos Media”. À data de hoje encontram-se registadas na ERC, e sob sua regulação direta, mais de 2200 órgãos de comunicação social, de diferentes tipos.

A **paisagem mediática nacional é plural, diversa e estende-se pelo território**. Apesar de algum nível de concentração nas maiores empresas em termos de receitas e audiências, o setor caracteriza-se por entidades de pequena dimensão, que detêm uma única publicação periódica ou rádio. As zonas mais interiorizadas, despovoadas e envelhecidas apresentam uma menor oferta mediática. **Reconhecemos o papel desempenhado pelos meios de comunicação social espalhados pelo país e manifestamos preocupação face à expansão dos designados “desertos noticiosos”**.

Quando refletimos sobre o estado da nação dos media, é incontornável verificar que o setor enfrenta grandes dificuldades e desafios. O quadro é bastante complexo.

A evolução tecnológica é acelerada e constante. Ainda ontem a OCDE publicou o seu Digital Economy Outlook 2024, concluindo que o setor da TIC cresceu uma média de 6,3% numa década, três vezes mais rápido do que o total da economia entre os 27 países analisados. A evolução tecnológica tem impactos profundos na cadeia de valor dos media e nos processos de produção, distribuição e consumo. A inteligência artificial traz estas transformações a outro patamar de complexidade. O mesmo relatório da OCDE evidencia um crescimento de 2022 para 2023 do investimento em inteligência artificial, mas também dos riscos a ela associados.

Não podemos ignorar que as entidades de comunicação social se adaptam ao paradigma digital em diferentes velocidades. Há franjas populacionais que não acompanharam a transição digital e cujas necessidades informativas e culturais devem ser servidas. O jornalismo vive um dos momentos mais críticos da sua história, estando ainda presente na memória a recente greve geral dos jornalistas, o que não sucedia há mais de 40 anos.

Atentando nos problemas identificados, o Estado desempenha um papel crucial, seja na garantia do serviço público de media, seja na disponibilização de um modelo justo, equilibrado e compreensivo de apoios à comunicação social.

Os media atravessam um problema estrutural de financiamento, com a falência dos modelos de negócio tradicionais. Uma parte significativa da publicidade foi sendo canalizada para plataformas digitais globais, que durante muito tempo praticamente não foram sujeitas a regulação. É digno de nota que, em fevereiro deste ano, mais de 30 editores europeus, de 17 países, entre os quais de Portugal, processaram a Google por práticas anti-concorrenciais no mercado publicitário. Tem gerado forte litigância em vários Estados o pagamento de direitos de autor pela distribuição de conteúdos mediáticos por parte das plataformas online.

Numa recente entrevista ao Financial Times, o diretor executivo da CNN Worldwide declarou: “Há um mundo de diferença entre ter um caminho para o futuro e não o ter”. No entanto, é num quadro de incerteza, altamente competitivo e caracterizado por assimetrias regulatórias que as empresas de comunicação social repensam os seus planos estratégicos e procuram modos de financiamento alternativos. Estas estratégias são formuladas com vista a captar um bem muito disputado e escasso, a atenção dos públicos, cujos padrões de consumo – digitais, móveis, não lineares, fragmentados e personalizados - são cada vez mais difíceis de conhecer e antecipar. E neste conhecimento o acesso e utilização dos dados são fundamentais.

Então, no contexto mediático atual, qual é o papel do regulador dos media e como deve este atuar?

Os apelos à intervenção regulatória foram crescendo nos últimos anos e creio que assistimos ao ressurgimento da regulação em diferentes áreas e setores.

A ERC é uma entidade independente com dignidade constitucional, com um vasto leque de atribuições e competências. A sua missão constitucional está diretamente associada à proteção da dignidade da pessoa humana e de direitos, liberdades e garantias. A ERC serve em primeiro lugar os cidadãos e contribui para a realização dos objetivos sociais e de construção do Estado de Direito Democrático. Orienta a sua ação tendo como prioridade a promoção de uma comunicação social livre, independente, transparente e plural.

O Conselho Regulador da ERC está neste momento a definir o seu projeto estratégico para o mandato de cinco anos, assente em 10 eixos estratégicos, que em breve será lançado para consulta pública.

A abordagem regulatória tem de assentar no diálogo construtivo e permanente com os diferentes agentes setoriais. Entre os eixos estratégicos, consideramos fundamental a

proximidade com os regulados e seus representantes. Não é possível uma regulação positiva e relevante de costas voltadas para o setor! Queremos também estreitar a relação com a academia e centros de conhecimento. E estamos totalmente disponíveis para colaborar com o legislador para melhorar os instrumentos jurídicos relativos à comunicação e aos media e para informar as políticas públicas.

Distanciando-nos de visões catastrofistas, que equacionam a própria extinção dos media, acreditamos, citando o poeta Hölderlin, que “onde há perigo, cresce também o que salva”.

A ERC saúda e vê com otimismo o lançamento de novos projetos editoriais, inovadores, geradores de postos de trabalho, que apostam nas gerações mais novas e enriquecem o pluralismo e a diversidade.

Porém, numa realidade convergente, multimédia e multiplataforma, a ERC enfrenta importantes desafios na clarificação e reforço da sua intervenção sobre os media digitais e as plataformas online (os chamados intermediários). É nestes canais onde cada vez mais os públicos acedem a conteúdos mediáticos, mas também estão expostos a desinformação, discursos de ódio e outros conteúdos ilícitos. Entendemos, por isso, serem prioritárias a revisão e atualização dos instrumentos legais de que dispomos para atuar, a começar pela Lei de Imprensa de 1999, praticamente datada de uma fase pré-Internet.

Por outro lado, teremos de estar preparados para aplicar os instrumentos legislativos adotados muito recentemente a nível europeu. A ERC é entidade competente na aplicação do Regulamento dos Serviços Digitais, cabendo-lhe a responsabilidade sobre os conteúdos de comunicação social nas plataformas online, em moldes que estão a ser desenhados.

O Regulamento Europeu relativo à Liberdade dos Meios de Comunicação Social (o European Media Freedom Act), em que pela primeira vez se estabelecem regras comuns para o mercado único europeu de media, determina a criação do Comité Europeu dos Serviços de Comunicação Social, que a ERC integrará.

Ambos os diplomas enfatizam a necessidade de garantir um regulador da comunicação social que seja independente e adequadamente dotado de recursos financeiros, humanos e técnicos.

A regulação tornou-se um tema central na definição de políticas públicas sobre as questões suscitadas pelos sistemas de inteligência artificial. Um recente estudo do Iberifier – Observatório Ibérico para os Media Digitais¹ aponta que a evolução do ecossistema de media ibérico entre 2025 e 2030 será pautada pela integração ubíqua de inteligência artificial, com aplicações extensivas na agregação de conteúdos, produção e

¹ [IBERIFIER Reports – Analysis of Trends and Innovations in the Media Ecosystem in Spain and Portugal \(2025-2030\) | Iberifier](#)

distribuição. O uso de inteligência artificial pelas empresas de media comporta obviamente oportunidades e benefícios, mas também riscos. A ERC teve recentemente oportunidade de deliberar sobre uma utilização concreta de inteligência artificial generativa no contexto eleitoral por um órgão de comunicação social. Nessa deliberação convidou a uma reflexão alargada sobre zonas de risco e recomendou a “parar para pensar sobre o que estamos a fazer”, para recorrer às palavras da filósofa Hannah Arendt. Definir regras e princípios que garantam perante os públicos maior transparência no uso de algoritmos, o respeito pela ética e a deontologia, a fiabilidade das fontes de informação, a prevenção de enviesamentos na produção automática de conteúdos. Em última análise assegurar a “supervisão humana” no controlo editorial.

Últimas palavras para enfatizar que a ERC se compromete com o acompanhamento do setor e o apoio à sua sustentabilidade. Privilegia a sua intervenção no campo da literacia mediática, que contribui para dotar a sociedade de ferramentas para lidar com o novo ecossistema de comunicação e informação.

Reitero que a ERC norteia a sua atuação pela defesa dos princípios fundamentais da atividade de comunicação social, constitucionalmente protegidos. **Não há dúvida sobre os valores que defendemos e que procuramos proteger, que são essenciais à defesa da democracia.** Os media e a informação são um bem público!

Muito obrigada!