



Síntese da 6.ª conferência anual da ERC - «*Media* na era digital»

A 6.ª conferência anual da ERC, sobre as «novas fronteiras da regulação» destacou os «*Media* na era digital», um tema incontornável no contexto atual, que interpela agentes setoriais, especialistas, públicos e o próprio regulador dos *media*. Procurou-se captar as tendências, ideias fortes, linhas de força que sobressaíram da partilha de conhecimento e de experiência propiciada durante a conferência.

Na sessão da abertura, intervieram Fernando Luís Machado, vice-presidente do ISCTE, Teresa Caeiro, vice-presidente da Assembleia da República, e Carlos Magno, presidente da ERC.

Sublinhou-se a necessidade de regulação e o papel de uma comunicação social livre e esclarecida como eixo estruturante da democracia. Importa, assim, discutir a velocidade alucinante de disseminação da informação, mas também a natureza informativa que assumem blogues e redes sociais. Advogou-se que não se pode falar do futuro com a linguagem do presente, cabendo ao regulador dos *media* acompanhar o desenvolvimento dos 3 Ts: tecnologia, talento e tolerância, a que se acrescenta o “talento do território”. Ou seja, a regulação deve estar atenta simultaneamente ao local e ao global.

Na intervenção «Mais digital: na rota da web 4.0», Celso Martinho, debruçou-se sobre a evolução da Internet e o futuro da comunicação em ambiente *web*.

O diretor-geral do Portal Sapo salientou o papel fundamental da chamada “big data”, sendo o desafio saber como usar os dados alavancados pela tecnologia por forma a que estes se tornem úteis e gerem valor. Este novo cenário alterou a forma como se produzem os conteúdos, em particular ao nível da redução dos custos editoriais, tendo ainda contribuído para a reformulação da cultura empresarial, transformada numa “cultura de métricas”.

No painel «Sociedade Digital: Que direitos, liberdades e garantias?», refletiu-se sobre o equilíbrio entre valores que, ainda que revestidos de igual dignidade, podem colidir, como a liberdade de expressão e o direito à privacidade.

Bernardo Herman concordou com a necessidade de se procurar uma nova linguagem. Relembrou que o Conselho Superior do Audiovisual belga, de que é diretor-geral, defendeu junto da Comissão Europeia que a promoção de uma nova cultura global não pode descurar a salvaguarda da cultura local, sob pena de se perder a identidade nacional. O “talento do território” passa por medidas como a proteção das obras audiovisuais europeias em serviços de vídeo *on demand*. Entende que regular o espaço internet passa pela cooperação, identificação de nichos e proteção dos consumidores.

Comentaram a apresentação Alexandre Sousa Pinheiro, professor da Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa, o deputado José Magalhães e Maria Eduarda Gonçalves, professora catedrática de Direito no ISCTE.

Se o maior desafio que a web 4.0 coloca é a proteção dos direitos de personalidade, como defendeu um dos convidados, há que deixar para trás a discussão sobre o “perigo tecnológico”, segundo outro interveniente. O “mundo líquido” atual gera grandes contradições: vivemos o melhor e o pior dos tempos, a sociedade digital provoca desigualdades e crises culturais. Exige-se uma atitude de atenção não só ao legislador mas também aos cidadãos e empresas do setor. Segundo outro comentário, a responsabilidade regulatória que se impõe neste novo contexto deve ser partilhada. A proteção de dados, a privacidade, o equilíbrio entre a liberdade de expressão e a propriedade intelectual são desafios que pedem soluções no quadro de um novo paradigma.

A sessão dedicada às «Notícias nas Encruzilhadas do Digital» propôs um olhar mais focado no papel que cabe ao jornalismo no novo ecossistema digital, onde os profissionais se confrontam com a multiplicação de conteúdos informativos agregados e produzidos por não profissionais. Faz sentido continuar a exigir que a atividade jornalística se pautar por valores como o rigor e a credibilidade e se caracterize pela procura da excelência?

Partindo do exemplo da atividade da empresa que fundou e gere, a Storyful, Mark Little explicou que a sua principal área de atuação é a verificação dos factos, mas também a distribuição de serviços, tanto às empresas de *media* tradicionais como a outras. Entende este novo modelo de negócio como uma oportunidade para rentabilizar a empresa e também favorecer os negócios dos seus clientes.

De seguida, entrevistaram no painel David Dinis, Luís Galvão e Pedro Santos Guerreiro, diretores de jornais online. Da ERC, Eulália Pereira, Neuza Lopes e Pedro Puga fizeram um ponto de situação sobre o estado de reflexão do regulador dos media quanto ao tema do painel. Esta sessão contou ainda com a participação do professor José Luís Garcia e do jornalista Adelino Gomes.

A importância da verificação dos factos, enquanto rotina essencial da atividade jornalística, foi sublinhada pela generalidade dos comentadores do painel, especialmente na era digital onde a velocidade de circulação da informação atinge um ritmo vertiginoso. O facto de a informação se disseminar mais depressa pelas redes sociais não retira importância aos “velhos media”, na medida em que as pessoas continuam a procura-los como garantes da fiabilidade da informação. Por outro lado, a própria atividade dos *media* está agora permanentemente sujeita a escrutínio dos públicos, o que é uma novidade. Neste contexto, assumir rapidamente eventuais erros torna-se incontornável de modo a defender a credibilidade do meio. Foi consensual que o digital não altera os valores que norteiam a atividade jornalística mas esta passou a dispor de outras ferramentas e rotinas. Chamou-se ainda a atenção para o facto de o digital não representar apenas uma alteração tecnológica mas também económica, em especial dos modelos de negócio e da estabilidade dos profissionais da comunicação.

Os diretores dos jornais *online* reconheceram que poder saber exatamente o que as audiências preferem veio influenciar o trabalho das redações e a estratégia editorial.

Trazendo ao debate a perspectiva do regulador, os especialistas da ERC referiram que a principal preocupação são os conteúdos, pelo que foi aprovado recentemente um código de boas práticas sobre os *user generated contents*.

No novo ambiente digital, torna-se fundamental compreender «Os públicos e os padrões de consumo dos *media*». Contribuindo para a concretização deste objetivo, foram divulgados os primeiros resultados do I Inquérito sobre Consumos de Media, apresentados pelo professor e investigador do ISCTE Gustavo Cardoso. Portugal revela uma taxa de penetração de Internet inferior à maioria dos países da Europa, na ordem dos 67,3%. Não obstante, os cibernautas portugueses revelam um nível de acesso ao facebook superior ao de diversos países do mundo. Um dos dados mais surpreendentes do estudo consiste no facto de grande parte das pessoas que consultam notícias *online* o fazerem, precisamente, a partir do facebook. Denota-se também a fraca predisposição dos utilizadores para o pagamento de conteúdos informativos *online*, embora seja interessante notar que esta resistência é menos significativa em Portugal.

O último painel foi dedicado à «Indústria de *media* na sociedade digital». Procurou perceber-se quais as respostas, estratégias e modelos de negócio dos grupos de *media* neste ambiente. O desenvolvimento da visão da indústria iniciou-se com António Bernardo, que destacou como conclusões do estudo «Media 2020 – Um universo de oportunidades digitais» a disrupção da cadeia de valor tradicional devido à evolução tecnológica, a alteração profunda do comportamento dos consumidores e a reinvenção de dinâmicas pelos grupos de *media* regionais. Notou que, em Portugal, os *media* se caracterizam por terem pouca dimensão, estarem endividados e obterem pouca rentabilidade. O dirigente da Roland Berger Strategy Consultants recomendou, como vetores estratégicos, a ousadia, a redução do número de players, a criação de parcerias internacionais e o aproveitamento de oportunidades de crescimento em mercados de língua portuguesa.

Intervieram, de seguida, Beato Teixeira, do conselho de administração da RTP, Daniel Proença de Carvalho, em representação da Controlinveste e da Plataforma de Media Privados, Mário Vaz, administrador delegado da Vodafone Portugal, e Pedro Jorge Braumann, membro da direção da Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social.

Os comentadores reviram-se genericamente nos diagnósticos apresentados. Realçou-se o esforço das empresas na reconversão para o digital e na diminuição de custos. A redução do número de empresas no mercado poderá fazer sentido, mas ao mesmo tempo suscita questões do ponto de vista da cidadania quanto ao pluralismo, à diversidade, ao exercício do jornalismo, à proteção de direitos, liberdades e garantias.

O serviço público de *media* ressentiu-se com a diminuição do financiamento e das receitas publicitárias, pelo que é o serviço público possível, não o desejável. Não obstante, estas dificuldades não prejudicaram a migração e a oferta digital. Foi ainda advogado que o regulador deve ser um dos agentes na definição de políticas para o setor.

Retomando intervenções anteriores, o painel fechou com a ideia de que os modelos de negócios não são viáveis sem considerar os conteúdos e os interesses das audiências. Os

operadores de telecomunicações reinventam o seu core business, dando hoje contributos significativo como distribuidores de parcerias e parceiros da empresas de media tradicionais.

O comentário final coube a Rosalia Lloret, responsável pelas Relações Institucionais da Online Publishers Association e especialista em desenvolvimento digital, com vasta experiência em grupos de *media* espanhóis.

As intervenções dos diversos oradores, comentadores, convidados e público em geral e os debates a que deram lugar, seguidos por cerca de 400 participantes, confirmaram a 6.ª conferência da ERC - «Media na era digital» - como um espaço aberto ao diálogo construtivo e produtivo sobre a evolução do setor das comunicações.

Lisboa, 06 de novembro de 2014

Comissão de Redação

Supervisão: Tânia de Moraes Soares
Coordenação: Carla Martins
Eulália Pereira
Vanda Calado
Sara Duarte

Alexandra Figueiredo
Bruna Afonso
Carla Oliveira
Celeste Gracio
Filipa Menezes
João Triães
Túlia Marques