

Parecer do Comité Económico e Social Europeu sobre a «Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões “Os meios de comunicação social da Europa na Década Digital — plano de ação para apoiar a recuperação e a transformação”»

[COM(2020) 784 final]

(2021/C 286/29)

Relatora: **Elena-Alexandra CALISTRU**

Consulta	Comissão Europeia, 24.2.2021
Base jurídica	Artigo 304.º do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia
Competência	Secção dos Transportes, Energia, Infraestruturas e Sociedade da Informação
Adoção em secção	14.4.2021
Adoção em plenária	27.4.2021
Reunião plenária n.º	560
Resultado da votação (votos a favor/votos contra/abstenções)	241/1/3

1. Conclusões e recomendações

1.1. O Comité Económico e Social Europeu (CESE) acolhe favoravelmente o plano de ação da Comissão Europeia e os esforços desenvolvidos através de vários instrumentos para criar um ambiente livre, diversificado e dinâmico no mercado dos meios de comunicação social, e congratula-se com o reconhecimento deste mercado como fundamental para reforçar sociedades abertas e democráticas e estimular a diversidade cultural na Europa.

1.2. O CESE saúda o reconhecimento de que a cultura e o ecossistema criativo, que incluem os setores audiovisual e dos meios de informação, foram afetados pela pandemia e, por esse motivo, necessitam de intervenção imediata. A recuperação económica e a competitividade desta indústria são condições essenciais para meios de comunicação social saudáveis, independentes e pluralistas que, por sua vez, são fundamentais para a nossa democracia. O CESE apoia a ênfase colocada no facto de as empresas de comunicação social serem simultaneamente um setor económico e um bem público, essencial para prestar uma informação rigorosa às pessoas e permitir o bom funcionamento da democracia.

1.3. A combinação das tendências subjacentes com a crise da COVID-19 poderá, sem uma resposta forte baseada nas políticas e no apoio financeiro, comprometer a resiliência do setor dos meios de comunicação social na Europa e o seu papel democrático. O CESE receia, tal como a Comissão, que esta situação enfraqueça a diversidade cultural e o pluralismo dos meios de comunicação social da Europa e saúda o empenho da Comissão em adotar medidas que devem ser aplicadas em estreita cooperação com os Estados-Membros, o Parlamento Europeu, a indústria dos meios de comunicação social e todas as partes interessadas. Contudo, o CESE salienta que é fundamental que os Estados-Membros façam tudo o que estiver ao seu alcance para concretizar o potencial destas medidas, trabalhando em conjunto para reforçar os meios de comunicação social e a democracia.

1.4. O CESE considera positivo que a comunicação tenha um triplo objetivo: acelerar quer a recuperação, quer a transformação da indústria dos meios de comunicação social e aumentar a sua resiliência. É necessário tomar medidas para fazer face aos desafios estruturais enfrentados pelas indústrias audiovisual e dos meios de informação, bem como para promover condições favoráveis à participação dos meios de comunicação social e da sociedade civil num debate aberto e sem interferências mal-intencionadas ou desinformação.

1.5. O CESE gostaria que o plano estivesse mais estreitamente ligado às realidades sociais e às características específicas desta indústria. Em particular, as intervenções devem ter em conta que existem discrepâncias entre os Estados-Membros no que respeita à indústria audiovisual e dos meios de comunicação social e discrepâncias nos Estados-Membros entre a capacidade e as necessidades dos meios de comunicação social locais e nacionais. Os instrumentos financeiros devem ser transparentes, acessíveis e inclusivos para todos os intervenientes que asseguram a diversidade da indústria europeia audiovisual e dos meios de comunicação social, assim como assegurar mais apoio aos meios de comunicação social locais e às empresas em fase de arranque de comunicação social.

1.6. O CESE solicita que os parceiros sociais e a sociedade civil sejam integrados na execução das ações que visam capacitar os cidadãos, reconhecendo o seu papel na promoção dos valores da democracia, no reforço da liberdade dos meios de comunicação social e no combate à desinformação através da literacia mediática. Para ser bem-sucedido, o plano deve conseguir associar todas as partes interessadas pertinentes num esforço para reconhecer a importância dos meios de comunicação social no contexto dos valores democráticos da Europa, bem como para dotar os seus cidadãos de

competências que lhes permitam reconhecer e consumir a informação e a cultura audiovisual que promovem esses valores. O recurso à elaboração de relatórios periódicos semelhantes aos elaborados para as campanhas de luta contra a desinformação pode apoiar os esforços em prol da literacia mediática.

2. Síntese da comunicação da Comissão

2.1. A comunicação da Comissão incide no setor dos meios de informação (nomeadamente a imprensa escrita e em linha, a rádio e os serviços audiovisuais) e na indústria cultural audiovisual, em particular o cinema, a televisão, a rádio e a transferência de vídeo em contínuo, bem como os jogos de vídeo e formatos inovadores, como as experiências de realidade virtual.

2.2. Nesta comunicação, a Comissão apresenta um documento-quadro e plano de ação que estabelece uma série de iniciativas destinadas a contribuir para a recuperação e a transformação dos setores audiovisual e dos meios de informação da Europa. Estes setores, gravemente afetados pela crise da COVID-19, são fundamentais para a democracia, para a diversidade cultural e para a autonomia digital da Europa.

2.3. Simultaneamente, os setores audiovisual e dos meios de informação da Europa têm desempenhado um papel fundamental, tendo proporcionado às pessoas informação e entretenimento durante a pandemia de COVID-19. A procura de notícias e informações assentes em factos verificados aumentou substancialmente, ao passo que os filmes, as séries ou os jogos de vídeo constituíram a principal fonte de cultura durante os meses de confinamento.

2.4. A comunicação articula-se em torno de três temas:

- a) Recuperar: aquilo que a Comissão planeia fazer para ajudar as empresas audiovisuais e de comunicação social a enfrentar a atual crise e para lhes fornecer liquidez e prestar apoio financeiro;
- b) Transformar: abordar questões estruturais, ajudando a indústria a enfrentar a dupla transição das alterações climáticas e da digitalização, no contexto de uma concorrência mundial feroz;
- c) Habilitar e capacitar: estabelecer condições que permitam uma maior inovação no setor, assegurando simultaneamente condições de concorrência verdadeiramente equitativas, e capacitar as pessoas para acederem mais facilmente aos conteúdos e tomarem decisões informadas.

2.5. O plano de ação insere-se nos esforços mais amplos da Comissão para conceber uma série de iniciativas que ajudarão a moldar o futuro digital da Europa e é uma das iniciativas que constituem o pilar relativo a uma sociedade aberta, democrática e sustentável.

2.6. A comunicação também complementa o Plano de Ação para a Democracia Europeia e baseia-se no quadro estabelecido pela Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual, revista recentemente, e pela reforma dos direitos de autor. Deve também ser entendida no âmbito das disposições estabelecidas conjuntamente pelo Regulamento Serviços Digitais e pelo Regulamento Mercados Digitais.

3. Observações na generalidade

3.1. O CESE congratula-se com a abordagem global adotada relativamente às medidas necessárias para assegurar um ambiente melhor para os jornalistas e promover a literacia mediática. Por conseguinte, deveria explicar-se com maior clareza a forma como a comunicação complementa o Plano de Ação para a Democracia Europeia, nomeadamente no que respeita à atribuição de apoio financeiro.

3.2. Importa interligar os documentos pertinentes de forma criteriosa e exaustiva, nomeadamente identificando mais em pormenor as medidas estabelecidas nas propostas da Comissão relativas ao Regulamento Serviços Digitais, ao Regulamento Mercados Digitais e à Agenda do Consumidor Europeu, já que o roteiro para os meios de comunicação social salienta o impacto da transformação digital, em particular no aumento da competitividade dos meios de comunicação social europeus ⁽¹⁾.

⁽¹⁾ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018AE3902&from=PT>

3.3. O CESE congratula-se com a estrutura e os instrumentos concretos e considera que estes podem proporcionar quer uma resposta imediata à necessidade de recuperação após a crise, facilitando e alargando o acesso a financiamento, quer uma resposta mais a longo prazo, devido à tónica colocada na transformação estimulada pelo investimento na dupla transição das alterações climáticas e da digitalização. Contudo, é necessário proporcionar um ambiente que permita aos meios de comunicação social experimentar novos modelos de financiamento. A inovação neste domínio enfrentará dificuldades se não dispuser de fundos que permitam uma abordagem baseada em tentativas e erros. Neste momento, não há modelos normalizados que possam ser implantados, existindo apenas casos de sucesso isolados de determinadas empresas de comunicação social que conseguiram tornar-se sustentáveis.

3.4. No que diz respeito ao setor dos meios de informação, o CESE observa que o plano de ação abrange medidas para gerir os desafios criados por um mercado digital em que a parte maior das receitas publicitárias se destina às plataformas digitais mundiais. Os mecanismos financeiros propostos são mais diversificados do que nunca, mas existe o risco de aplicar uma abordagem única suscetível de criar discrepâncias entre os Estados-Membros e, sobretudo, no seu interior (ou seja, entre os níveis nacional e local). É necessário ter em conta a menor capacidade de acesso dos meios de informação locais a instrumentos financeiros complexos.

3.5. O CESE salienta a necessidade de tomar medidas para enfrentar o risco da fragmentação ⁽²⁾. As principais medidas para o setor audiovisual visam responder a este desafio, criado não apenas pela pressão das plataformas em linha, mas também pelo facto de o setor se centrar quase exclusivamente no público nacional. É necessário tomar medidas ambiciosas para permitir que os intervenientes europeus invistam em conteúdos, no talento, na promoção, na distribuição, na inovação e na tecnologia em toda a União Europeia (UE).

3.6. O CESE, enquanto fórum representativo da sociedade civil, salientou em diversas ocasiões ⁽³⁾ que o futuro digital da Europa se baseia numa abordagem centrada nas pessoas, mas também que o pensamento crítico e a literacia mediática são essenciais ⁽⁴⁾. O CESE sublinha uma vez mais que a transformação digital dos meios de comunicação social apenas será possível se o público estiver preparado e que, por conseguinte, as medidas que promovem a literacia mediática e a educação cívica são essenciais.

3.7. O CESE salienta igualmente que a inclusão e a acessibilidade são fatores essenciais que devem ser tidos em conta em todos os aspetos da estratégia: desde as disposições relativas à obtenção de fundos, as soluções técnicas para os solicitar e o espaço de dados dos meios de comunicação social, até às plataformas para a disponibilidade de conteúdos audiovisuais, à educação e à capacitação, passando pelo funcionamento do mercado europeu dos meios de comunicação social.

4. Observações na especialidade

4.1. As **ações que apoiam a recuperação** incluem programas de financiamento com impacto direto nos meios de comunicação social. No entanto, **apenas alguns desses mecanismos de financiamento são estáveis**, previsíveis e acessíveis ao longo de todo o período do plano de ação. As medidas propostas devem ser adaptadas de modo a garantir um financiamento essencial para as prioridades, para além dos fundos **disponíveis temporariamente** ou **sujeitos ao critério dos Estados-Membros**. Por exemplo, o Programa Europa Criativa, que estará acessível durante todo o período do Quadro Financeiro Plurianual, incluirá, pela primeira vez, medidas centradas na liberdade e no pluralismo dos meios de comunicação social, no jornalismo e na literacia mediática. No entanto, as outras fontes de financiamento propostas são temporárias (por exemplo, o instrumento europeu de apoio temporário para atenuar os riscos de desemprego numa situação de emergência) ou podem não ser utilizadas se os Estados-Membros assim o decidirem (fundos estruturais).

4.2. A ação 1 propõe um acesso facilitado ao apoio da UE através de um instrumento interativo que proporcionará orientações sobre a forma de solicitar o devido apoio da UE no contexto do Quadro Financeiro Plurianual 2021-2027 e através dos planos nacionais de recuperação e resiliência. Trata-se de uma excelente ideia, que facilitará a pesquisa de informações e otimizará os processos de financiamento dos meios de comunicação social. Contudo, esta ação deve ser acompanhada de um mecanismo que permita aos Estados-Membros enviar informações em tempo real, para que o portal contenha as informações necessárias em tempo útil.

4.3. A ação 2 diz respeito à iniciativa MEDIA INVEST, destinada a impulsionar o investimento na indústria audiovisual. Trata-se de uma plataforma específica de investimento em capitais próprios para promover produções audiovisuais e estratégias de distribuição europeias. O CESE considera que, para alcançar também o objetivo de tornar as empresas audiovisuais europeias mais competitivas num mercado mundial cada vez mais agressivo, será necessário aumentar substancialmente o investimento e, ao mesmo tempo, dedicar mais atenção à inovação. Além disso, no contexto da crise da COVID-19, o CESE recomenda a criação de um fundo de seguro europeu para a produção audiovisual.

⁽²⁾ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52016AE4519&from=PT>

⁽³⁾ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020AE1188&from=PT>

⁽⁴⁾ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018AE6302&from=PT>

4.4. A ação 3 diz respeito à iniciativa NEWS, que visa agregar ações e apoio para o setor dos meios de informação. A variedade de instrumentos também é significativa. Contudo, é importante ter em conta a necessidade de direcionar estes mecanismos de apoio para os elementos específicos desta indústria, proporcionando oportunidades quer às empresas em fase de arranque de comunicação social (independentemente da sua forma jurídica), quer aos jornalistas *freelance*.

4.5. É necessário prestar mais apoio aos meios de comunicação social locais e às empresas em fase de arranque de comunicação social que não têm capacidade para solicitar este tipo de financiamento, através de instrumentos de fácil acesso para os pequenos meios de comunicação social independentes que têm mais dificuldade em obter recursos financeiros. A canalização do financiamento através de associações profissionais poderá ajudar os meios de comunicação social de pequena dimensão a aceder ao apoio necessário. Em alguns Estados-Membros, o mercado dos meios de comunicação social, principalmente o mercado local, é frágil e vulnerável e pode não ser encarado como uma oportunidade pelos investidores. Por conseguinte, é necessário procurar soluções que permitam às empresas de comunicação social locais diversificar os seus fluxos de rendimentos e reforçar a sua posição no mercado, evitando que fiquem dependentes de investidores externos suscetíveis de subestimar a rentabilidade potencial dos investimentos nestes mercados de baixo valor.

4.6. Os mecanismos de apoio financeiro devem ser acompanhados pelas medidas estabelecidas no Plano de Ação para a Democracia Europeia, a fim de assegurar a sua coerência na promoção dos valores da democracia, no reforço da liberdade dos meios de comunicação social e no combate à desinformação. De igual forma, embora se congratule com a diversidade e a inovação dos instrumentos financeiros, o CESE realça a necessidade de assegurar a transparência dos investimentos públicos e privados, dos fundos, das fundações e de outras estruturas de propriedade dos meios de comunicação social e de assegurar que estes instrumentos não contribuem para um fenómeno de hiperconcentração nem estão subordinados a exigências políticas ou ideológicas específicas.

4.7. A ação 4 introduz **ações que visam transformar a indústria**, impulsionando a inovação através de um espaço europeu de dados dos meios de comunicação social e incentivando a adoção de novos modelos de negócios. Como referido noutros pareceres ⁽⁵⁾, o CESE concorda que é necessário construir um verdadeiro mercado único europeu dos dados — um espaço europeu de dados baseado em normas e valores europeus —, incluindo na indústria dos meios de comunicação social. As medidas devem ter em conta a necessidade de impulsionar a capacidade desta indústria para evoluir rumo a um modelo dos meios de comunicação social baseado cada vez mais nos dados, uma vez que existem grandes disparidades neste aspeto em toda a indústria. Contudo, o CESE manifesta preocupação com a necessidade de garantir os direitos dos utilizadores que fornecem dados a este mercado europeu e salienta, em consonância com as afirmações de diferentes organizações representativas dos consumidores a nível europeu, a necessidade de obter uma compensação justa pela utilização dos seus dados.

4.8. As restantes medidas propostas neste contexto são coerentes com os esforços para promover a transformação digital e económica e devem ser encaradas no contexto alargado das ações nestes domínios. A ação 5 visa promover uma coligação industrial europeia de realidade virtual e aumentada, enquanto a ação 6 promove a transição para um setor audiovisual com impacto neutro no clima através de um intercâmbio estruturado de boas práticas. O CESE chama a atenção para a necessidade de investir na formação profissional ⁽⁶⁾ e reforçar a indústria, a fim de assegurar a adaptação das competências a estas questões fundamentais.

4.9. As medidas destinadas a habilitar e capacitar salientam a necessidade de colocar os europeus no centro da Década Digital. A ação 7 visa alcançar uma maior disponibilidade de conteúdos audiovisuais em toda a UE lançando um diálogo com a indústria audiovisual e a sociedade civil a fim de chegar a um acordo sobre medidas para melhorar o acesso e a disponibilidade de conteúdos audiovisuais transfronteiras na UE e eliminar as restrições geográficas ao acesso a conteúdos digitais baseadas no bloqueio geográfico. O CESE congratula-se com a abertura deste diálogo, que deverá ter em conta a necessidade de proteger devidamente os direitos de autor e abordar as dificuldades de financiamento da indústria audiovisual.

4.10. O CESE acolhe favoravelmente a ação 8, que visa promover os talentos europeus dos meios de comunicação social através da formação, da orientação e do apoio à inovação, mas chama a atenção para as diversas formas de organização das partes interessadas desta indústria (trabalhadores por conta própria, instituições sem fins lucrativos) e para a necessidade de assegurar que todas elas têm acesso aos mecanismos.

4.11. A ação 9 incide na capacitação das pessoas. Dada a importância da literacia mediática tanto para as pessoas como para a democracia, esta questão deve ser prioritária. É necessário, em particular, desenvolver instrumentos para combater a proliferação e a disseminação da desinformação e das notícias falsas, que têm aumentado de forma preocupante. É igualmente essencial assegurar a coerência das medidas estabelecidas nos documentos e planos ⁽⁷⁾ pertinentes, nomeadamente porque estes setores são novos e comportam uma enorme quantidade de informação e porque os Estados-Membros necessitam de orientações claras e de procedimentos coerentes.

⁽⁵⁾ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020AE1188&from=PT>

⁽⁶⁾ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52017AE1813&from=PT>.

⁽⁷⁾ Incluindo o Plano de Ação para a Democracia Europeia, o Plano de Ação contra a Desinformação e o Plano de Ação para a Educação Digital.

4.12. A ação 10 lança o debate sobre as formas de garantir o funcionamento do mercado europeu dos meios de comunicação social reforçando o quadro de cooperação entre os reguladores europeus dos meios de comunicação social no âmbito do Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual. O CESE congratula-se com a importância atribuída à integração dos decisores políticos a nível dos Estados-Membros, principalmente no contexto da aplicação da Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual, e incentiva uma abordagem semelhante para todas as ações enumeradas no plano, a fim de as transformar num verdadeiro roteiro neste domínio.

Bruxelas, 27 de abril de 2021.

A Presidente
do Comité Económico e Social Europeu
Christa SCHWENG
