



Contributo sobre a Diretiva de Serviços de Comunicação Social Audiovisual

A Associação Portuguesa de Imprensa vem, por este meio, dar o seu contributo sobre a Diretiva de Serviços de Comunicação Social Audiovisual, aprovada pelo Parlamento Europeu em 25 de maio de 2016.

1. A Associação Portuguesa de Imprensa tem acompanhado, de forma muito interessada, toda a problemática da Sociedade da Informação e da Agenda Digital Europeia, em que esta Diretiva se insere.

A Associação tem também a visão de que os modelos de autorregulação e corregulação, de que a Diretiva AVMS foi pioneira para o setor da Comunicação Social, são os mais adequados à regulamentação de um setor que sofre os impactos de continuadas inovações e alterações tecnológicas, que tem que conjugar com a segurança e a certeza da qualidade da informação.

A Associação Portuguesa de Imprensa teve também sempre a visão de que o pacote digital em que se inserem todas as questões relacionadas com frequências (sem esquecer a TDT), são de interesse estratégico vital para as empresas editoras de jornais e revistas que representa, pois esta é a área de normal desenvolvimento do negócio editorial, anteriormente confinado à impressão em papel e sua distribuição física.

Finalmente, a Associação Portuguesa de Imprensa acompanhou e participou nas anteriores discussões e revisão das Diretivas TSF (Televisão sem Fronteiras), AVMS 2003 e SCSA 2010, quer através das associações europeias de que faz parte, quer através da Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social que integrava aquando das indicadas revisões legislativas.

2. Em 2015, a Associação respondeu às consultas públicas da Comissão Europeia e da ERC sobre a avaliação do impacto da Diretiva 2010/13 SCSA. É, portanto, à luz da análise que fizemos na altura que se estrutura o presente contributo, que leva como anexos as respostas às referidas consultas públicas.

Aproveitamos também para lembrar que a Associação teve um contributo relevante para o parecer do Comité Económico e Social Europeu, em setembro de 2013, que foi liderado por um dos representantes portugueses naquele Comité, Dr. Jorge Pegado Liz.

3. Relativamente à primeira questão da supracitada visão, o âmbito de aplicação da Diretiva, verificamos que os editores de publicações periódicas, mesmo que em suporte digital, estão excluídos do âmbito da Diretiva (incluindo as suas distribuições em formato audiovisual ou do que nas anteriores versões da Diretiva se designava por

“television alike”), nada tendo, por isso, a acrescentar em relação à nova definição do âmbito de aplicação da Diretiva aos serviços em linha.

4. No que diz respeito às questões da autorregulação e da correção, como sendo o modelo mais adequado à regulamentação do setor, queremos reconhecer a importância que estes modelos têm no atual texto da Diretiva de 2016, sublinhando que, pela primeira vez, a Comissão poderá tomar iniciativas para a implementação de tais modelos, não só a nível dos Estados Membros, como a nível mais global europeu.

Esta nossa asserção muito positiva tem, no entanto, uma ressalva, provavelmente de maior significado em Portugal, devido ao facto de o regulador do Audiovisual entre nós ser também regulador da Imprensa, no sentido tradicional e digital do termo – a distinção que fazemos está na necessidade de licenciamento específico – e de acordo com o reforço e até a estatização da ERGA (Grupo dos Reguladores Europeus para os Serviços de Comunicação Audiovisual), tal pode conduzir a que decisões a que as instituições europeias não estão constitucionalmente autorizadas, venham a extravasar para este setor da Imprensa escrita, seja qual for o suporte de difusão.

Bem sabemos que esta pode ser matéria a acautelar na transposição da Diretiva, mas a inexistência em Portugal de uma lei para o Multimédia (excluindo o audiovisual licenciado) torna mais difícil a delimitação de sectores, quando integrados nas entidades que constituem a ERGA.

5. As questões de comunicação comercial, incluindo as referentes aos mínimos obrigatórios em relação a produção europeia e em língua portuguesa, têm-nos preocupado, na medida em que a regulamentação desta área para os operadores audiovisuais tem sempre impactos nos restantes suportes não regulados, quanto mais não seja porque a publicidade é gerida em campanha e a língua portuguesa é o único veículo comunicacional utilizado na produção de conteúdos do setor que representamos.

Neste âmbito, gostaríamos de recomendar que, aquando da transposição, não fosse perdida toda a experiência de autorregulação, no âmbito da Auto Regulação Publicitária, adquirida em relação à colocação de produto, que no novo enquadramento da Diretiva poderá ajudar a fortalecer o importante papel desta forma de financiamento, estendendo-a também às formas de patrocínio.

Ainda que não seja exclusivo da Diretiva em apreço, voltamos a referir a forma pouco precisa e mesmo indefinida como são referidos grupos de risco como as crianças ou conteúdos considerados incentivadores de violência, racismo e xenofobia.

A Associação Portuguesa de Imprensa é uma associação sem fins lucrativos, fundada em 1960. É a maior e mais representativa associação empresarial de Imprensa em Portugal. Com mais de 400 empresas associadas, representa cerca de 600 títulos de âmbito nacional, regional, especializado, técnico-profissional e digital.

Lisboa, 17 de julho 2018