

# Introdução. Informação Como Bem Público: A Regulação Mediática e a Defesa dos Direitos Humanos

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.103.2>

**Helena Sousa**

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais,  
Universidade do Minho, Braga, Portugal  
<https://orcid.org/0000-0002-8101-0010>  
[helena@ics.uminho.pt](mailto:helena@ics.uminho.pt)

**Mariana Lameiras**

Operating Unit on Policy-Driven Electronic Governance,  
United Nations University, Guimarães, Portugal  
<https://orcid.org/0000-0002-9134-9296>  
[marianalameiras2@gmail.com](mailto:marianalameiras2@gmail.com)

## O Despertar da Europa Para a Comunicação Como Bem Público

No discurso sobre o estado da União Europeia (UE), proferido no dia 15 de setembro de 2021, a presidente da Comissão, Ursula von der Leyen, declarou que a Europa precisa de uma alma, de um ideal, e de vontade política para servir esse ideal. Invocando a força solidária de Robert Schuman, Ursula von der Leyen destacou a resposta da UE às três últimas grandes crises: pandémica, económica e ambiental.

Escolhemos defrontar em conjunto *a maior crise global de saúde do último século*, para que todas as partes da Europa tenham o mesmo acesso a uma vacina que salva vidas. Escolhemos responder em conjunto *à mais profunda crise económica mundial de há décadas*,

com o NextGenerationEU, o instrumento de recuperação da União Europeia. Escolhemos, enfim, enfrentar em conjunto *a crise planetária mais grave de sempre*, com o Pacto Ecológico Europeu. (von der Leyen, 2021, paras. 11–13)

Numa Europa a enfrentar crises profundas, Ursula von der Leyen (2021) deixou para o final do seu discurso a evocação da liberdade que dá voz a todas as outras: a liberdade dos meios de comunicação social.

Há jornalistas, homens e mulheres, que são atacados pelo simples facto de fazerem o seu trabalho. Alguns são ameaçados e espancados, outros são tragicamente assassinados. No seio da nossa União Europeia. Gostaria de citar alguns nomes. Daphné Caruana Galizia. Jan Kuciak. Peter de Vries. (paras. 292–293)

“As suas histórias”, continuou a presidente da Comissão, “podem ter pequenas diferenças. Mas há algo que têm em comum: todos eles lutaram pelo nosso direito à informação. E morreram por defenderem esse direito” (von der Leyen, 2021, para. 294).

Sem identificar os países da UE com os mais notórios atropelos à liberdade de imprensa e de expressão, a presidente da Comissão afirmou que a informação é um bem público e que é necessário defender os defensores da transparência, as mulheres e os homens jornalistas. Considerando a independência dos meios de comunicação social fundamental, afirmou que a Europa precisa de uma lei que garanta essa independência. No próximo ano, garantiu a presidente da Comissão, “apresentaremos precisamente uma lei sobre a liberdade dos meios de comunicação social” porque quando “defendemos a liberdade dos nossos meios de comunicação social, estamos também a defender a democracia” (von der Leyen, 2021, paras. 299–300).

Se em 2021, a defesa da democracia na UE, a insegurança nas suas fronteiras e a corrida ao armamento eram já preocupações claramente identificadas e assumidas pela presidente da Comissão, estaríamos então ainda longe de imaginar que, um ano depois, a 14 de setembro de 2022, ouviríamos estas palavras durante o discurso do estado da União:

nunca na sua história, esta Assembleia debateu o Estado da nossa União com uma guerra a devastar solo europeu. Todos recordamos aquela manhã fatídica quase no final de fevereiro. Por toda a União, os europeus acordaram para um sentimento de consternação face às

notícias. Chocados pela natureza ressurgente e implacável do mal. Aterrorizados pelo som das sirenes e pela crua brutalidade da guerra. (von der Leyen, 2022, paras. 6–8)

De amarelo e azul, vestindo as cores da bandeira da Ucrânia, e na presença da primeira dama Olena Zelenska, Ursula von der Leyen apresentou-se, perante os cidadãos europeus, horrorizada com a invasão territorial de um país soberano pela Rússia. Mais do que uma guerra contra a Ucrânia, para a presidente da Comissão, “é uma guerra contra a nossa energia, contra a nossa economia, contra os nossos valores ( ... ). Uma guerra de uma autocracia contra a democracia” (von der Leyen, 2022, paras. 23–24).

A invasão da Ucrânia pela Rússia não foi, de modo algum, o primeiro sinal de alerta vermelho em matéria de urgência na defesa do estado de direito, dos valores democráticos e dos direitos humanos. Dentro e fora da Europa, os sinais eram claros: a expansão dos populismos, com impacto direto na recomposição da própria UE (Brexit), o retrocesso da liberdade de expressão e de imprensa em vários países da União, de que a Hungria e a Polónia são casos paradigmáticos, a transformação da desinformação em mero negócio, a deflagração de novas modalidades de propaganda política com recurso a dados pessoais para definição de perfis eleitorais e a proliferação de mentiras nos média sociais eram já fenómenos amplamente reconhecidos pelas instituições europeias.

No entanto, por razões de natureza histórica (Nieminen et al., 2023), a reação da Europa a estes problemas foi tardia. Durante demasiado tempo, empresas como Alphabet/Google, Meta/Facebook, Apple, Amazon, Microsoft e TikTok tiveram condições para se agigantarem sem que os direitos fundamentais dos cidadãos fossem adequadamente protegidos (Couldry & Mejias, 2019; Helberger et al., 2018; van Dijck et al., 2018; Zuboff, 2019/2020). Os riscos eram reais, mas a Europa estava demasiado ocupada com crises internas e com questões relativas ao seu próprio alargamento, não tendo dedicado a atenção necessária às transformações tecnológicas que aceleravam noutras geografias e às suas consequências políticas, sociais e económicas.

Não dispondo de estruturas empresariais capazes de competir com os “digital lords”, como lhes chama Benedetta Brevini (2021), nem tendo desenvolvido as suas próprias plataformas públicas digitais de comunicação, a UE ficou na dependência dos gigantes norte-americanos para as interações eletrónicas dos seus cidadãos, para o funcionamento diário das suas empresas e até, em larga medida, para a própria prestação de serviços públicos

online aos cidadãos europeus. As plataformas digitais norte-americanas e a chinesa TikTok passaram a fazer parte da vida dos cidadãos europeus e as suas vidas transformaram-se em recursos para estas empresas. Ainda que tardiamente, a UE tem procurado, nos últimos anos, defrontar alguns destes problemas e dependências que, entretanto, percebeu, com nitidez, serem tóxicos para o dia a dia das comunidades e para as democracias europeias.

Ainda que o diagnóstico não seja necessariamente a cura, a UE parece agora mais ciente do impacto transversal das plataformas digitais na vida de todos os dias. Especialmente desde a publicação do Regulamento Digital Sobre a Proteção de Dados (Regulamento [UE] 2016/679, 2016), as instituições europeias desenvolveram, em cascata, um conjunto de instrumentos legais e orientadores (diretivas, regulamentos, estratégias, planos e códigos de conduta), numa tentativa de reequilibrar o extraordinário desequilíbrio de poder entre as *big tech* (gigantes digitais) e os cidadãos que as utilizam quotidianamente, sem compreenderem claramente a sua arquitetura nem os opacos interesses económicos e políticos que as alimentam.

Dada a proliferação dos instrumentos legais e orientadores, a UE procurou, em 2022, novas atualizações e sínteses, tendo aprovado o Regulamento dos Serviços Digitais (Regulamento [UE] 2022/2065, 2022) e o Regulamento dos Mercados Digitais (Regulamento [UE] 2022/1925, 2022), na expectativa de que estes dois documentos possam funcionar como pilares estruturais na regulação das atividades ligadas à criação e disseminação de conteúdos online (ver Ferreira & Santos, Capítulo 2).

Estes documentos recentes, amplos e complexos, que visam proteger os cidadãos e os consumidores europeus em ambientes digitais, não impediram, como já vimos, a presidente da Comissão Europeia, Ursula von der Leyen (2021), de empenhar os melhores esforços da Comissão para apresentar ainda mais uma Proposta de Regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho (2022), de aplicação direta, aos Estados-membros.

No momento em que redigimos este texto, no princípio de 2023, esta proposta está em apreciação pelos Estados-membros. Aborda um conjunto de questões difíceis relativas ao pluralismo, à interferência política nas decisões editoriais, à vigilância indevida aos profissionais da comunicação social, ao financiamento independente e estável dos serviços públicos de média, à colocação de publicidade pelos Estados nos órgãos de comunicação social, à transparência das estruturas de propriedade e ao controlo dos meios de comunicação social, entre outras matérias. Pretende-se melhorar

as garantias dos jornalistas e dos profissionais da comunicação, contribuir para o fortalecimento das empresas de comunicação, especialmente as que possam garantir e promover ambientes simbólicos e espaços públicos de debate mais qualificados.

Ainda que a qualidade da comunicação no espaço público não dependa apenas da comunicação profissional e precise de cidadãos esclarecidos e ativos, a Comissão entendeu ser necessário adicionar mais este instrumento legal ao já complexo *puzzle* jurídico e normativo, na convicção de que os cidadãos que legitimamente escolhem as suas lideranças precisam de bases sólidas e confiáveis para decidir quem governa e como melhor realizar as suas escolhas políticas, construindo assim um mundo mais democrático, mais sustentável e em paz.

## Imaginando Novos Futuros

Os esforços recentes da UE são assinaláveis, ainda que os seus efeitos sejam imprevisíveis. Apesar das dúvidas e hesitações relativamente à sua própria legitimidade para intervir em áreas tradicionalmente reservadas aos Estados-membros, a Comissão, em particular, tem sido ultimamente mais atuante, não apenas no sentido de melhorar o funcionamento do mercado interno de conteúdos (como ocorreu a partir dos anos 90 do século XX), mas também procurando defender direitos culturais e comunicacionais nos ambientes digitais.

Em tempos de crises múltiplas, a Comissão percebeu que o modo como as sociedades comunicam e representam “o outro” é vital para a defesa dos sistemas democráticos. Mas serão suficientes estes esforços? Poderão as instituições europeias, com uma atuação mais atenta e próxima, mudar as regras do jogo, quebrando a forte concentração empresarial dos gigantes digitais e obrigando as grandes plataformas que dominam a internet a agir em linha com os valores que a Europa quer defender?

Se olharmos para o lugar da Europa no mapa das grandes empresas de tecnologias de comunicação e informação, temos razões para duvidar. No top 10 das maiores empresas do mundo em 2021, não encontramos uma única empresa de origem europeia. Nos primeiros lugares, encontramos, por esta ordem, a Apple, Microsoft, Amazon, Alphabet e Facebook, todas norte-americanas. Em 7.º e em 9.º lugar, encontramos as chinesas Tencent (Tiktok) e Alibaba (comércio eletrónico), respetivamente (Ross, 2021). Estes dados vão variando de ano para ano e de *ranking* para *ranking*, mas todas

estas empresas, degrau acima ou a baixo, têm um poderio económico esmagador. Estando afastada desta disputa empresarial e geopolítica, a UE procura garantir que estas empresas, quando operam no seu espaço e prestam serviços aos seus cidadãos, respeitem as suas leis e os seus valores. Mas terá a Europa um modo efetivo de implementar as suas regras?

A escala destas empresas e a profunda assimetria em termos de relação de forças indiciam uma tarefa especialmente difícil para a Europa. Os múltiplos instrumentos legais e orientadores correm o risco de não serem adequadamente implementados e consequentes. Quando a assimetria de recursos financeiros, humanos e técnicos é avassaladora, uma regulação eficaz é extraordinariamente difícil.

É, aliás, no quadro destas preocupações que têm emergido um conjunto de visões alternativas ao controlo dos intermediários digitais nos termos em que operam nos nossos dias. São visões que recentram a ideia da comunicação enquanto bem público e conferem às autoridades públicas a responsabilidade de garantir as condições indispensáveis para o jornalismo de qualidade (garante do rigor, da diversidade e da racionalidade crítica) e a promoção de conteúdos de entretenimento, que promovam o reconhecimento da diferença e o desenvolvimento humano. Não se trata, portanto, apenas de proteger os cidadãos de mentiras e de conteúdos intencionalmente manipulados. As visões alternativas, frequentemente chamadas de “radicais” ou “utópicas”, visam essencialmente a reconstrução dos sistemas de comunicação, expandindo os direitos epistémicos dos cidadãos.

Num texto intitulado “Another Media System Is Possible: Ripping Open the Overton Window, from Platforms to Public Broadcasting” (É Possível um Outro Sistema de Média: Abrir a Janela de Overton, das Plataformas à Difusão Pública), Victor Pickard (2023) procura demonstrar que o leque de possibilidades é sempre mais abrangente do que os políticos estão disponíveis para admitir e entende que os recentes esforços das autoridades públicas para enfrentar as externalidades negativas das *big tech*, muito provavelmente, não surtirão efeitos relevantes.

Pickard (2023) considera que é possível enfrentar o poder concentrado e antidemocrático das grandes empresas digitais: “as sociedades podem dividi-las, regulá-las ou criar alternativas públicas não comerciais” (p. 285). Para este autor, estas abordagens não são mutuamente exclusivas e muitas vezes sobrepõem-se. Por exemplo, explicita,

podem simultaneamente acabar com os monopólios das plataformas e implementar penalizações e incentivos regulatórios para impedir que operem de maneira socialmente prejudicial. Construir novas alternativas costuma ser difícil, mas não é impossível e, às vezes, pode até manifestar-se fora do domínio político (exemplificado pela recente migração do Twitter para o Mastodon). Os governos democráticos também podem financiar “opções públicas” que forneçam serviços públicos que as empresas com fins lucrativos provavelmente não fornecerão. Além disso, ao competir com empresas com fins lucrativos, os operadores públicos podem ajudar a promover um comportamento pró-social do setor comercial. (Pickard, 2023, p. 285)

Estas ideias de que as sociedades podem encontrar formas de quebrar os poderes fortemente concentrados, podem regular e podem desenvolver novas formas de assegurar o desenvolvimento da comunicação pública, alternativa às lógicas de lucro, vinham já a ser defendidas por Pickard (2020, 2021) em textos anteriores. Falando especificamente sobre o jornalismo, Pickard afirmava já a “verdade incômoda, mas cada vez mais evidente” de que em muitos países, a maioria das formas de jornalismo local não é mais lucrativa.

Embora a publicidade tenha subsidiado a produção de notícias por muito tempo, esse modelo de negócios agora é inviável. No entanto, independentemente do valor comercial, qualquer esperança de uma aparência de democracia necessita de um sistema de imprensa funcional. De facto, uma miríade de novos estudos demonstra os muitos efeitos prejudiciais da perda de notícias locais e os crescentes custos sociais de uma “democracia sem jornalismo” – desde votação reduzida e envolvimento cívico até aumento do extremismo e da corrupção (Pickard 2020a). (Pickard, 2023, p. 288)

Enfrentar as necessidades mais amplas de informação nos termos em que Pickard as coloca está aquém do que a UE está, nesta fase, a esboçar. Na agenda europeia não está efetivamente o desenvolvimento de alternativas que prevejam a dispersão efetiva do poder dos intermediários digitais e grandes grupos mediáticos, nem a criação de infraestruturas públicas, nem a garantia efetiva de direitos epistémicos, tais como o acesso à informação local ou regional, em situações de falha de mercado. A UE está a tentar garantir o melhor funcionamento do sistema de comunicação que existe.

Exigindo também uma leitura de uma comunicação pública que não dependa das lógicas de mercado, Christian Fuchs e Klaus Unterberger (2021)

lideraram um movimento académico e cívico que se traduziu num manifesto, assinado por académicos e cidadãos, apelando à criação de uma internet pública.

A internet e os média estão deteriorados. As plataformas comerciais dominantes da internet colocam em risco a democracia. Criaram um panorama de comunicação dominado pela vigilância, publicidade, notícias falsas, discurso de ódio, teorias da conspiração e alocação algorítmica de usuários para conteúdo comercial e político adaptado aos gostos e opiniões que expressam. Como está organizada atualmente, a internet separa e divide em vez de criar espaços comuns para negociar diferenças e desacordos. As plataformas comerciais da internet têm prejudicado cidadãos, usuários, a vida quotidiana e a sociedade. Não deixando de reconhecer todas as grandes oportunidades que a internet tem oferecido à sociedade e aos indivíduos, o facto é que os gigantes digitais liderados pela *Apple, Alphabet/Google, Microsoft, Amazon, Alibaba, Facebook e Tencent* [ênfase adicionada] alcançaram um poder económico, político e cultural sem paralelo. (Fuchs & Unterberger, 2021, p. 10)

Para os autores e signatários deste manifesto, é fundamental a defesa de 10 princípios que garantam o bom funcionamento das sociedades democráticas na era digital: (a) a democracia e a democracia digital requerem meios de comunicação públicos (*public service media*). Defende-se a proteção que a existência de média públicos de comunicação nos oferece; (b) uma internet que fortaleça a democracia requer a transformação de veículos públicos de comunicação em plataformas públicas de internet, que ajudem a promover oportunidades e igualdade na sociedade. Apela-se à criação das bases jurídicas, económicas e organizacionais para tais plataformas; (c) o conteúdo dos média públicos é diferente dos conteúdos dos média comerciais e das empresas de dados. Os média públicos dirigem-se aos cidadãos, não aos consumidores; (d) as plataformas públicas de internet promovem a justiça, a democracia, a participação, o diálogo cívico e o envolvimento; (e) a internet pública requer novos formatos, novos conteúdos e cooperação ativa com os setores criativos das nossas sociedades; (f) os serviços públicos de comunicação devem continuar a ser apoiados e financiados para que tenham os recursos de que precisam para realizar e desenvolver ainda melhor a sua missão. Além disso, a internet pública requer um financiamento sustentável baseado em mecanismos como a taxa de licenciamento, o modelo nórdico de financiamento do serviço público e mecanismos de financiamento transnacionais; (g) a internet pública promove a equidade e



a diversidade; (h) a internet pública oferece oportunidades para o debate público, a participação e o desenvolvimento da coesão social; (i) a internet pública é indutora de mudança nos conteúdos e serviços, criando um ecossistema sustentável para inovações nos média; e (j) os serviços públicos de média e a internet pública contribuem para uma sociedade democrática, sustentável, imparcial, justa e resiliente.

A visão apresentada por estes académicos, apoiada por defensores do serviço público de média de diversas geografias, parte do princípio de que não é suficiente o que está a ser tentado por vários operadores em matéria de digitalização dos serviços públicos.

Imaginamos a criação de uma internet pública: uma internet do público, pelo público e para o público; uma internet que promova em vez de ameaçar a democracia e a esfera pública, que forneça um novo e dinâmico espaço compartilhado para conexão, troca e colaboração. (Fuchs & Unterberger, 2021, p. 10)

Fundamentalmente, Fuchs e Unterberger (2021) não acreditam que deslocar conteúdos desenvolvidos pelos operadores públicos para as plataformas operadas e controladas pelos gigantes digitais comerciais seja suficiente, afirmando que o “estabelecimento de um canal público no *YouTube* ou *Facebook* [ênfase adicionada] reforça a centralidade cultural das grandes empresas digitais e não oferece alternativa aos seus procedimentos e modelos de negócios. A comunicação pública requer um serviço público de internet” (p. 9).

Nesta fase histórica, este imaginário não tem tradução nas propostas políticas da UE que, aceitando o modelo existente de comunicação, procura valorizar os serviços públicos de média, garantindo um financiamento estável e adequado, e tenta assegurar mecanismos de regulação independentes que impeçam os governos nacionais de se apropriarem indevidamente dos serviços públicos de comunicação, que são estruturantes para o bom funcionamento dos sistemas democráticos.

## Do Plano Regional Para o Nosso País

É neste quadro que os países da UE vão procurando articular as suas políticas públicas para a comunicação e para os média. Cada país é um lugar de história e todos os seus agentes atuam num contexto e em função dos seus interesses e das leituras da realidade. As grandes empresas da internet

e os chamados “mídia tradicionais” também não operam de igual modo em todos os países nem as políticas desenvolvidas no seio da UE (também por intervenção dos Estados-membros) são acolhidas ou implementadas do mesmo modo. A recente Proposta de Regulamento Liberdade dos Meios de Comunicação Social (Proposta de Regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho, 2022), por exemplo, não tem suscitado particular atenção em Portugal, ao contrário do que acontece noutros países europeus. No entanto, se for aprovada, será mais um elemento com que profissionais, políticos, reguladores e cidadãos terão que contar, procurando compatibilizar o quadro legislativo nacional com as exigências do novo regulamento e garantindo que a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) dispõe dos meios indispensáveis para garantir a implementação de mais este novo regulamento.

Com este livro que temos em mãos, procuramos, do modo mais simples possível, mostrar aos nossos leitores que não há nada de natural nos sistemas mediáticos e comunicativos que habitamos, nos conteúdos a que acedemos, no modo como interagimos tecnologicamente uns com os outros. No essencial, toda a comunicação mediada, pública ou privada, produzida profissionalmente ou de modo amador, resulta de escolhas individuais e coletivas, mais ou menos conscientes, mais ou menos coerentes e consentâneas com os valores individuais e com valores sociais dominantes.

Esta obra analisa os mais recentes pilares da política de comunicação na UE e explora os movimentos e as articulações, nesta área, num dos 27 países da UE: Portugal. Subjacente a todos os capítulos, encontraremos as convergências tecnológicas, os hibridismos resultantes da diluição das fronteiras conceptuais, geográficas, culturais; as medidas políticas, as suas ausências e opacidades; as dinâmicas próprias de um país com mercados de reduzida dimensão; e, acima de tudo, procura-se identificar o lugar da comunicação como bem público.

O próximo capítulo, Capítulo 2, intitula-se “O Olhar Opaco do Regulamento dos Serviços Digitais Sobre os Algoritmos”. Da autoria de Paulo Ferreira e Luís António Santos, este texto analisa o Regulamento dos Serviços Digitais e o Regulamento dos Mercados Digitais enquanto pilares da aposta da UE para a regulação de atividades ligadas à criação e disseminação de conteúdos em espaços online. Assumindo as fragilidades de um quadro regulatório fragmentado e tendencialmente reativo, a Comissão Europeia concebeu um pacote integrado que prevê a partilha de competências com entidades dos Estados-membros e a criação de novas unidades centrais de acompanhamento e fiscalização da atividade dos operadores. Representando uma

significativa mudança de estratégia, esta proposta tem fragilidades e envolve riscos, quando considerada uma história recente de atuação muito limitada, morosa e pouco eficiente relativamente às atividades dos chamados “gigantes da internet”, quando equacionada a sua atual dimensão e capacidade de mobilização de recursos (financeiros, tecnológicos e jurídicos) e, sobretudo, quando analisado em detalhe o que os novos documentos propõem. Este trabalho lança um olhar sobre o tratamento que é dado aos algoritmos gestores de fluxos e ritmos de conteúdos nas plataformas, sugerindo que o novo enquadramento carrega em si debilidades do passado com eventual impacto direto na sua eficácia relativa.

É no quadro de uma (ainda) considerável falta de clareza relativamente à articulação entre o plano regional e nacional, que a ERC deverá atuar nos próximos anos. É, aliás, sobre este e outros desafios que Mariana Lameiras se debruça no terceiro capítulo desta obra, num texto intitulado “As Prioridades e os Desafios da Regulação dos Média em Portugal”. No Capítulo 3, a autora centra-se na regulação dos média a partir da análise dos temas predominantes na produção científica nos últimos 10 anos (entre 2013 e 2023) e do recorte da atividade deliberativa da ERC nos anos 2020 e 2021. Depois de contextualizar os diferentes reguladores que exerceram funções desde a instauração da democracia em Portugal, Mariana Lameiras procede a uma reflexão sobre a regulação dos média no contexto digital de rápidas mudanças e com novos atores, como os prestadores de serviços de vídeo a pedido e os fornecedores de plataformas de partilha de vídeos.

No trabalho seguinte, no Capítulo 4, Elsa Costa e Silva aborda transversalmente “A Propriedade dos Média em Portugal” e explicita de que forma a propriedade dos média é estrutural para compreender os sistemas mediáticos e o impacto que neles tem. Traçando um quadro amplo, aborda o enquadramento legal que lhe é dado em Portugal e analisa as estratégias de mercado adotadas pelos grupos empresariais, assim como as políticas sobre a transparência da propriedade, que têm sido consideradas como um garante da prestação de contas dos média. Ainda que a transparência não seja substituta do controlo da propriedade, não deixa de ser uma pré-condição para a garantia do pluralismo no país.

Dos temas mais transversais, esta obra aborda, de seguida, setores específicos da comunicação e dos média, mas que exigem igualmente o olhar atento de políticos, reguladores, profissionais dos respetivos setores e sociedade civil: cinema e audiovisual, jornalismo e publicidade.

As políticas para o cinema e o audiovisual em Portugal são abordadas por Isabel Macedo e Tiago Vieira da Silva. No Capítulo 5, intitulado “Sistema de

Financiamento ao Cinema e Audiovisual em Portugal 2012–2022. Políticas, Inquietações e Principais Mudanças”, os autores apresentam um estudo sobre as políticas para o cinema e o audiovisual em Portugal nos últimos 10 anos (2012–2022), procurando perceber quais as principais mudanças no que respeita ao financiamento e à produção fílmica. Articulando a análise documental das principais políticas que regulamentam a área com a discussão de audições parlamentares de membros de movimentos de cineastas, os autores procuram evidenciar a relevância das vozes do setor no debate sobre o financiamento do cinema em Portugal. Este capítulo salienta a necessidade de repensar de um modo integrado as políticas de financiamento para o cinema e o audiovisual.

No Capítulo 6, Joaquim Fidalgo fala-nos sobre “As Encruzilhadas do Jornalismo”, um setor em mudança profunda com impacto direto na produção, distribuição e consumo de informação. Neste novo ambiente mediático, o jornalismo é feito (também) por novos sujeitos, desenvolvido em novos suportes, difundido por novos canais, desafiado por novos formatos e contagiado por novas lógicas. Para esta situação contribuíram os desenvolvimentos tecnológicos que tornaram acessível a possibilidade de todos disseminarmos informação à escala global. Instrumentos de autoedição ligados à internet (blogues, *websites*), somados à onnipresença das redes sociais, alteraram substancialmente os fluxos de comunicação no espaço público. Daqui decorrem desafios profissionais, sociais e éticos que Joaquim Fidalgo apresenta e problematiza.

No capítulo seguinte, Sara Balonas e Jorge Veríssimo debruçam-se sobre a publicidade, abordando mais especificamente do anacronismo legal às dinâmicas da autorregulação. Este Capítulo 7 traça um panorama sobre a atual moldura legal e deontológica que enquadra a atividade publicitária em Portugal, tendo como objetivo proporcionar uma reflexão crítica entre o que é definido pelo regulador e a realidade ditada pelas novas dinâmicas tecnológicas, assim como pelos desafios sociais que caracterizam o século XXI. A partir de um mapeamento que percorre as definições oficiais e os princípios reguladores da publicidade, as instituições que compõem este ecossistema e os tipos de regulação, os autores fazem uma reflexão que visa a melhoria do desempenho do setor e a valorização do papel da publicidade na sua relação com a sociedade.

Por fim, no capítulo que encerra esta obra coletiva, o Capítulo 8, Ana Duarte Melo e Fábio Ribeiro trazem para a boca de cena o “Ativismo e Participação nas Políticas de Comunicação em Portugal: Experiências Limitadas e Inconsequentes”. A participação ativa dos cidadãos teria necessariamente

que ser equacionada numa obra que procura ser reflexiva sobre o lugar da mobilização social no quadro das políticas de comunicação, cruzando o papel dos cidadãos e organizações do espaço público e os meios de comunicação. Neste contributo, com a análise de dados recolhidos no sítio eletrónico do Parlamento e de notícias, os autores dão nota de uma cultura de ativismo *bottom-up* (de baixo para cima) débil no contexto português, que se associa ou decorre de uma certa desorganização de movimentos, comunidades e estruturas sociais.

Sem esquecer o papel dos cidadãos no desenho e na implementação das políticas de comunicação, este livro procurou percorrer, mesmo que sucintamente, algumas das áreas estratégicas fundantes da atuação pública em Portugal. Muito ficou por dizer em cada um destes setores e em termos de dimensões políticas transversais. E ficou ainda fora do debate, talvez à espera de melhor oportunidade, o modo como as políticas públicas na esfera da comunicação e dos média excluem a reflexão sobre o papel das tecnologias na destruição (literal e não metafórica) da natureza. O universo simbólico em que nos movimentamos desvaloriza, de modo sistemático, o ambiente natural em detrimento da inovação tecnológica. Sim, há vozes que se levantam, mas não é esse o sentido da marcha quando se discutem políticas públicas na área da comunicação. O sentido da marcha ignora o dispêndio de recursos energéticos para alimentar os inúmeros ecrãs de que se veste o nosso dia a dia e a destruição de recursos materiais para construir os equipamentos em necessidade permanente de atualização e de substituição. É impossível ignorar as pirâmides de lixo tecnológico. É possível viver com muito menos recursos energéticos e tecnológicos. Mas este é o início de outra conversa, uma conversa que tarda.

## Agradecimentos

Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020 (financiamento base) e UIDP/00736/2020 (financiamento programático).

## Referências

- Brevini, B. (2021). Private deals between digital and media lords to save journalism: The case of the Australian news media bargaining code. *The Political Economy of Communication*, 9(1), 84–87.
- Couldry, N., & Mejias, U. (2019). *The costs of connection*. Stanford University Press.
- Fuchs, C., & Unterberger, K. (Eds.). (2021). *The public service media and public service internet manifesto*. University of Westminster Press.

Helberger, N., Pierson, J., & Poell, T. (2018). Governing online platforms: From contested to cooperative responsibility. *The Information Society*, 34(1), 1–14. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1391913>

Nieminen, H., Padovani, C., & Sousa, H. (2023). Why has the EU been late in regulating social media platforms? *Javnost - The Public*, 30(2), 174–196. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1391913>

Pickard, V. (2020). *Democracy without journalism? Confronting the misinformation society*. Oxford University Press.

Pickard, V. (2021). From the ashes: Imagining a post-commercial future for media. *The Political Economy of Communication*, 9(1), 79–83.

Pickard, V. (2023). Another media system is possible: Ripping open the Overton window, from platforms to public broadcasting. *Javnost - The Public*, 30(2), 284–297. <https://doi.org/10.1080/13183222.2023.2201804>

Proposta de Regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho, de 16 de setembro de 2022 (2022). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A52022PC0457>

Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de abril de 2016 (2016). <http://data.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>

Regulamento (UE) 2022/1925 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de setembro de 2022 (2022). <http://data.europa.eu/eli/reg/2022/1925/oj>

Regulamento (UE) 2022/2065 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 19 de outubro de 2022 (2022). <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj>

Ross, J. (2021, 10 de junho). *The biggest companies in the world in 2021*. Visual Capitalist. <https://www.visualcapitalist.com/the-biggest-companies-in-the-world-in-2021/>

van Dijck, J., Poell, T., & Waal, M. (2018). *The platform society, public values in a connected world*. Oxford University Press.

von der Leyen, U. (2021, 15 de setembro). *Discurso de 2021 sobre o estado da União proferido pela presidente Ursula von der Leyen*. Comissão Europeia. [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pt/SPEECH\\_21\\_4701](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pt/SPEECH_21_4701)

von der Leyen, U. (2022, 14 de setembro). *Discurso de 2022 sobre o estado da União proferido pela presidente Ursula von der Leyen*. Comissão Europeia. [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pt/SPEECH\\_22\\_5493](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pt/SPEECH_22_5493)

Zuboff, S. (2020). *A era do capitalismo de vigilância: A luta por um futuro humano na nova fronteira do poder* (G. Schlesinger, Trad.). Intrínseca. (Trabalho original publicado em 2019)