



Bruxelas, 3.12.2020
COM(2020) 784 final

**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**

1. INTRODUÇÃO

Os setores dos meios de informação e audiovisual da Europa têm sido fundamentais para manter os cidadãos informados e entretidos 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 entretenimento durante os meses de confinamento.

Um ambiente mediático livre, diversificado e dinâmico é fundamental para reforçar sociedades abertas e democráticas e fomentar a diversidade cultural na Europa. A Europa é uma potência artística e cultural. A exploração do potencial do mercado único europeu para fomentar a diversidade cultural beneficiará tanto os meios de comunicação social, como o setor audiovisual e o setor cultural em geral.

O setor europeu dos meios de comunicação social

No seu conjunto, o setor dos meios de comunicação social abrange várias empresas que produzem e distribuem conteúdos, partilham sinergias e cujo valor se baseia na propriedade intelectual. O setor é constituído, em grande parte, por PME, embora algumas empresas de comunicação social de maior dimensão tenham escala suficiente para integrar atividades de comunicação social em todos os setores e ao longo da cadeia de valor. O setor dos meios de comunicação social em geral contribui para a criação de emprego e para o crescimento, sendo o seu volume de negócios superior a 3 % do PIB¹.

A presente comunicação centra-se no setor dos meios de informação (nomeadamente a imprensa escrita e em linha, a rádio e os serviços audiovisuais) e no entretenimento 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.

¹ Estimativas da Comissão Europeia baseadas em dados do Eurostat e noutras fontes, incluindo o Observatório Europeu do Audiovisual (OEA) e a plataforma Statista.

MEIOS DE INFORMAÇÃO e AUDIOVISUAIS em síntese



*Volume de negócios na UE-27; estimativas de KEA/Deloitte baseadas em dados do Eurostat e noutras fontes.

O impacto da COVID-19

O ecossistema cultural e criativo, do qual os meios de informação e as indústrias audiovisuais são parte integrante, foi profundamente afetado pela pandemia. Durante os períodos de confinamento generalizado impostos no segundo trimestre de 2020, a imprensa noticiosa registou uma queda das suas receitas de publicidade entre 30 % e 80 %², e a televisão uma queda de 20 %³. As PME europeias do setor dos meios de comunicação social enfrentam graves problemas de liquidez, tendo-se registado um aumento do desemprego, e muitos profissionais dos meios de comunicação social e jornalistas – particularmente aqueles que estão expostos a condições de emprego precárias ou que são *freelancers* – viram-se privados de rendimentos⁴. As receitas dos cinemas sofreram um colapso⁵ (com perdas mensais estimadas em 100 000 EUR por sala de cinema durante o confinamento), tendo as filmagens de novos filmes, programas e

² <http://www.newsmediaeurope.eu/news/covid-19-and-the-news-media-journalism-always-comes-at-a-cost/>.

³ OEA, «Ampere Analysis», outubro de 2020.

⁴ Para uma visão geral do setor audiovisual no contexto da COVID-19, consultar: <https://rm.coe.int/iris-plus-2020-2-the-european-audiovisual-industry-in-the-time-of-covi/16809f9a46>.

⁵ <https://www.unic-cinemas.org/en/news/news-blog/detail/the-impact-of-the-coronavirus-outbreak-on-the-european-cinema-industry/>.

séries de televisão sido, em muitos casos, interrompidas sem poderem contar com apólices de seguro adequadas para cobrir eventos como uma pandemia mundial⁶.

Paralelamente, a crise acelerou as grandes tendências há muito observadas no domínio da tecnologia digital. Durante os períodos de confinamento, as plataformas em linha reforçaram a sua posição no mercado, lançaram novos serviços e atraíram novos públicos. As novas plataformas de redes sociais em linha – baseadas, em grande medida, em conteúdos audiovisuais – atingiram igualmente níveis recorde de descarregamentos, particularmente entre os utilizadores jovens⁷.

A presente comunicação pretende acelerar a recuperação, a transformação e a resiliência da indústria dos meios de comunicação social. É necessário fazer face aos desafios estruturais enfrentados pelas indústrias audiovisual e dos meios de informação. No setor dos meios de informação, os meios tradicionais têm-se esforçado para se adaptarem a um mercado em linha em que a maioria das receitas publicitárias vão para as plataformas em linha mundiais. Com o início da COVID-19, os anunciantes reduziram as suas despesas globais de publicidade num contexto de incerteza económica, desafiando ainda mais a sustentabilidade do setor e afetando, potencialmente, o acesso dos cidadãos a fontes de informação pluralistas e independentes.

No setor audiovisual, o maior desafio é a fragmentação do mercado. De um modo geral, as empresas audiovisuais europeias centram-se no público nacional, salvo algumas exceções. Na UE, os filmes europeus são exportados, em média, para três países, enquanto os filmes norte-americanos são exportados para dez. Os filmes norte-americanos representam igualmente 66 % das receitas de bilheteira da UE⁸. Consequentemente, mesmo os maiores intervenientes dos meios de comunicação social europeus são claramente mais pequenos do que os dos seus principais concorrentes mundiais. Das receitas dos 50 maiores grupos audiovisuais do mundo, 11 % proveem de grupos europeus, ao passo que mais de 70 % proveem de grupos norte-americanos⁹.

O papel das plataformas no mercado audiovisual da Europa

Várias plataformas de vídeo a pedido internacionais poderosas entraram no mercado europeu e estão a produzir, com êxito, conteúdos na Europa. Tal representou tanto uma oportunidade como um desafio para as obras e os produtores audiovisuais independentes europeus.

Por um lado, as plataformas podem conceder aos produtores e artistas europeus acesso a um público internacional mais vasto, juntamente com remunerações atrativas, complementadas, em alguns casos, por incentivos baseados na exploração do filme/série e/ou bónus associados ao êxito da sua obra.

⁶ A ausência de um seguro adequado foi igualmente salientada no contexto das medidas tomadas pelos fundos cinematográficos nacionais para fazer face à pandemia: <https://europeanfilmagencies.eu/news-publications/our-press-releases/241-measures-by-efad-members-to-mitigate-the-consequences-of-the-covid-19-outbreak>.

⁷ Por exemplo: <https://www.businessinsider.com/tiktok-app-2-billion-downloads-record-setting-q1-sensor-tower-2020-4?r=US&IR=T>.

⁸ Observatório Europeu do Audiovisual.

⁹ Observatório Europeu do Audiovisual.

Por outro lado, a aplicação, por plataformas, do que poderia ser definido como um modelo de «obra contratada» (isto é, a aquisição de todos os direitos de propriedade intelectual do produtor e/ou de criadores individuais desde o início, a nível mundial e perpetuamente) pode «vincular» os produtores/talentos à plataforma em questão.

As empresas audiovisuais devem poder considerar o continente europeu – e não apenas os respetivos mercados nacionais – como o seu mercado nativo. Para que tal aconteça, é necessário que os intervenientes europeus atinjam uma dimensão suficiente que lhes permita ultrapassar as fronteiras nacionais e investir em conteúdos, em talentos, na promoção, na distribuição, na inovação e na tecnologia em qualquer parte da UE. No setor dos meios de informação, as empresas devem ser capazes de encontrar modelos de financiamento viáveis e sustentáveis suficientes para assegurar o acesso dos cidadãos a um ambiente mediático pluralista, diversificado e independente, nomeadamente a nível regional e local.

A transformação digital será fundamental para explorar este verdadeiro potencial. Esta asserção é válida para a economia no seu conjunto, e os meios de comunicação social não são exceção. A Europa tem todos os trunfos necessários para prosperar na Década Digital, com o seu mercado único e 450 milhões de consumidores, a sua reserva de talentos, a criatividade dos seus produtores, autores e artistas intérpretes ou executantes e a qualidade dos conteúdos europeus.

O sentido de urgência

A combinação das tendências subjacentes com a crise da COVID-19 poderá, sem uma resposta política forte, comprometer a resiliência do setor dos meios de comunicação social na Europa e o seu papel democrático, enfraquecendo a diversidade cultural e o pluralismo dos meios de comunicação social da Europa.

Os cidadãos europeus devem continuar a beneficiar da riqueza de informação e entretenimento proporcionada pelo setor dos meios de comunicação social e contar com um debate democrático aberto, bem como com a liberdade dos meios de comunicação social e artística. Simultaneamente, devem poder escolher livremente entre diversas opções e ser capazes de navegar no ambiente informativo moderno e de tomar decisões informadas.

Os direitos de propriedade intelectual (PI)¹⁰ são essenciais para o setor dos meios de comunicação social. A aplicação efetiva dos direitos de PI – e dos direitos de autor em particular – é um elemento fundamental para apoiar a indústria, especialmente na difícil conjuntura atual.

A UE modernizou recentemente o seu quadro regulamentar com a Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual (Diretiva SCSA)¹¹ revista e a reforma dos direitos de autor¹², na sequência de amplos debates sobre a melhor forma de assegurar a liberdade de

¹⁰ Ver COM(2020) 760 – Tirar pleno partido do potencial de inovação da UE – Um plano de ação em matéria de propriedade intelectual para apoiar a recuperação e resiliência da UE, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pt/ip_20_2187.

¹¹ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/audiovisual-media-services-directive-avmsd>.

¹² <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/eu-copyright-legislation>.

expressão em todas as suas facetas. A presente comunicação tem por base este conjunto moderno de regras e propõe novas medidas, combinando investimento com outras ações políticas, para ajudar o setor dos meios de comunicação social a enfrentar a crise e a tornar-se mais competitivo posteriormente. Consequentemente, a presente 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 os cidadãos para acederem mais facilmente aos conteúdos e tomarem decisões informadas.

A recuperação económica e a competitividade do setor dos meios de comunicação social é uma condição prévia para um ambiente mediático saudável, independente e pluralista que, por sua vez, é fundamental para a nossa democracia. A presente comunicação complementa o Plano de Ação para a democracia europeia, que aborda os riscos para os sistemas democráticos europeus nos domínios da desinformação, da integridade das eleições e da liberdade e do pluralismo dos meios de comunicação social. Do mesmo modo, inclui uma série de iniciativas para criar um ambiente mais seguro e melhor para os jornalistas realizarem o seu trabalho, bem como para promover a literacia mediática.

A presente comunicação está também plenamente alinhada com as futuras propostas da Comissão relativas ao ato legislativo sobre os serviços digitais e ao ato legislativo sobre os mercados digitais, que terão por objetivo modernizar o quadro jurídico aplicável aos serviços digitais na UE. Em conjunto, as referidas propostas estabelecerão responsabilidades e regras claras para as plataformas em linha, especialmente as mais poderosas, para assegurar condições de concorrência equitativas em linha.

Um ambiente mediático sólido é igualmente crucial para o alargamento democrático e estável da UE e para os países vizinhos. Sempre que viável e apropriado, as iniciativas delineadas na presente comunicação – incluindo as que visam os meios de informação e a literacia mediática – estarão abertas aos meios de comunicação social profissionais independentes nos países abrangidos pelas políticas de alargamento e de vizinhança da UE. Estas iniciativas complementarão e reforçarão as ações mencionadas no Plano de Ação da UE para os Direitos Humanos e a Democracia no período 2020-2024¹³. Quando pertinente, as ações contribuirão igualmente para a promoção dos conteúdos dos meios de comunicação social europeus em países terceiros.

As ações enumeradas na presente comunicação terão em conta a necessidade de um setor dos meios de comunicação social europeus inclusivo que reflita a diversidade da Europa. Serão realizadas incentivando a igualdade de acesso a oportunidades e recursos por parte

¹³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=JOIN:2020:5:FIN>.

de pessoas que, de outra forma, poderiam ser excluídas ou marginalizadas, por exemplo, incluindo o acesso de pessoas com deficiência¹⁴ a conteúdos.

As regras vigentes em matéria de auxílios estatais clarificam as condições em que os Estados-Membros podem conceder apoio público. A fim de facilitar o apoio das autoridades nacionais, o Conselho convidou a Comissão a avaliar a aplicação das regras em matéria de auxílios estatais ao setor da imprensa. A Comissão está a avaliar a necessidade de tomar medidas adequadas. O quadro temporário relativo a medidas de auxílio estatal aplica-se igualmente a medidas setoriais específicas, como os auxílios aos setores da imprensa, da música e audiovisual¹⁵.

2. RECUPERAR

As empresas de comunicação social representam ativos críticos para a competitividade da Europa. Assim, é fundamental prestar-lhes o apoio financeiro adequado e fornecer-lhes liquidez, permitindo-lhes resistir à atual crise económica. Neste contexto, o Programa Europa Criativa – e em particular a sua vertente MEDIA – desempenhará um papel crucial. Este programa tem sido o principal instrumento de apoio da UE aos setores cultural e criativo, incluindo o audiovisual, ao longo dos últimos 30 anos.

Com base no acordo político sobre o próximo orçamento de longo prazo e o Instrumento de Recuperação da União Europeia (Next Generation EU), alcançado em 10 de novembro de 2020, o orçamento do Programa Europa Criativa para o período 2021-2027 aumentará cerca de 58 %, com uma dotação global de 2,2 mil milhões de EUR a preços de 2018 (em comparação com a dotação de 1,4 mil milhões de EUR para o período 2014-2020 a preços de 2018 – a nível da UE-27). Além disso, com base na proposta da Comissão e enquanto se aguarda a conclusão das negociações, o programa incluirá, pela primeira vez, ações centradas na liberdade e no pluralismo dos meios de comunicação social, no jornalismo e na literacia mediática.

A Comissão já deu início a uma série de ações ao longo de 2020. Foram introduzidas medidas de flexibilidade no âmbito do Mecanismo de Garantia dos Setores Culturais e

¹⁴ Tal será realizado tendo em conta a Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência (CNUDPD): <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html>.

¹⁵ Além disso, para facilitar o apoio à imprensa e aumentar a transparência e a previsibilidade do controlo dos auxílios estatais neste setor, a Comissão criou e atualizará regularmente um repositório em linha (https://ec.europa.eu/competition/sectors/media/sa_decisions_to_media.pdf) que contém a prática decisória relevante. É igualmente possível aceder, por intermédio do Registo de Transparência, informações atualizadas regularmente sobre os auxílios concedidos pelos Estados-Membros. Importa notar que, para permitir aos Estados-Membros apoiar as empresas no contexto do surto de COVID-19, a Comissão Europeia decidiu, em 13 de outubro de 2020, prolongar e alargar o âmbito do quadro temporário relativo a medidas de auxílio estatal adotado em 19 de março de 2020. Os auxílios concedidos ao abrigo do quadro temporário podem ser cumulados com auxílios ao abrigo dos regulamentos *de minimis* [Regulamentos (UE) n.º 1407/2013, (UE) n.º 1408/2013, (UE) n.º 717/2014 e (UE) n.º 360/2012 da Comissão Europeia], que estão isentos da obrigação de notificação, desde que as disposições e as regras em matéria de cumulação desses regulamentos sejam respeitadas (decisão SA.59106 (2020/N), «Compensation scheme for the Danish media sector related to COVID-19 – Denmark» [Regime de compensação aplicável ao setor dos meios de comunicação social dinamarqueses relacionado com a COVID-19 – Dinamarca]; decisão SA.57530 (2020/N) – «COVID-19-Aid scheme for audio-visual production companies – Luxembourg» [Regime de auxílios a favor de empresas de produção audiovisual – Luxemburgo]; decisão SA.58801 (2020/N) – «Italy COVID-19: Aid to small book publishers and State Aid» [Itália – COVID-19: Auxílios a favor de pequenos editores e auxílios estatais]; decisão SA.58847 (2020/N) – «Italy COVID-19: Aid to music» [Itália – COVID-19: Auxílios a favor do setor da música].

Criativos¹⁶, nomeadamente um aumento da cobertura da garantia até 90 % para PME individuais e um limite máximo da garantia até 25 % para intermediários financeiros, juntamente com moratórias de crédito. O apoio à rede de cinemas europeus será aumentado em 5 milhões de EUR no primeiro trimestre de 2021.

Os Fundos Europeus Estruturais e de Investimento¹⁷ têm o potencial de desempenhar um papel importante no apoio ao setor dos meios de comunicação social. Este setor já é elegível para efeitos de apoio ao abrigo dos dois pacotes da Iniciativa de Investimento de Resposta ao Coronavírus, que reorienta os fundos de coesão existentes para medidas de resposta à crise, como a concessão de capital de exploração a PME¹⁸.

Os fundos de coesão adicionais são igualmente disponibilizados através da Iniciativa REACT-EU¹⁹, que reconhece o setor cultural como prioritário, e o apoio centrar-se-á em regimes de redução do tempo de trabalho e nos trabalhadores independentes, bem como no apoio às PME.

O apoio temporário para atenuar os riscos de desemprego numa situação de emergência (SURE) é igualmente um instrumento importante que está disponível para os Estados-Membros que necessitem de mobilizar meios financeiros significativos para combater as consequências económicas e sociais negativas do surto de coronavírus no seu território²⁰.

O Mecanismo de Recuperação e Resiliência constitui uma grande oportunidade para os Estados-Membros investirem na dupla transição digital e ecológica e reforçarem a resiliência da indústria. Cada plano nacional de recuperação e resiliência afetará um nível mínimo de 20 % das despesas ao setor digital. As medidas adotadas para impulsionar a produção e a distribuição de conteúdos digitais, como os meios digitais, contarão para este objetivo.

Ao abrigo dos planos de recuperação e resiliência e em conformidade com as regras em matéria de auxílios estatais, as reformas e os investimentos nacionais podem igualmente contribuir para reforçar as capacidades digitais dos meios de informação e audiovisuais europeus, inclusive através de projetos plurinacionais, como coproduções de conteúdos europeus, infraestruturas do espaço de dados sobre os meios de comunicação social da UE ou investimentos em capitais próprios para promover a produção ou a distribuição audiovisual europeia (ver ação 2 abaixo).

Neste contexto, tal como estabelecido na Estratégia Anual para o Crescimento Sustentável 2021 da Comissão, os Estados-Membros devem prestar atenção aos setores que desempenham um papel fulcral nas nossas democracias, «designadamente o setor dos meios de comunicação, em que o apoio a prestar deve ser feito de molde a respeitar e a promover a liberdade e o pluralismo dos referidos meios de comunicação», dando

¹⁶ https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/cross-sector/guarantee-facility_en.

¹⁷ https://ec.europa.eu/regional_policy/pt/funding/.

¹⁸ https://ec.europa.eu/regional_policy/en/newsroom/coronavirus-response/.

¹⁹ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pt/IP_20_2140.

²⁰ https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/financial-assistance-eu/funding-mechanisms-and-facilities/sure_pt.

igualmente início à partilha, entre si, de boas práticas em matéria de mecanismos de apoio público²¹.

AÇÃO 1 – Acesso facilitado ao apoio da UE

- *Um novo instrumento interativo para orientar as empresas de comunicação social através dos vários instrumentos de apoio*

Destinatários: todas as empresas de comunicação social da UE, independentemente do seu domínio de atividade (audiovisual, meios de informação, etc.) e da sua dimensão

A Comissão envidará esforços para assegurar que as empresas de comunicação social possam ter acesso às oportunidades de apoio da UE proporcionadas por todos os instrumentos e programas disponíveis. Por conseguinte, desenvolverá – em estreita coordenação com o portal único de acesso a oportunidades de financiamento da UE²² – um novo instrumento interativo, concebido especificamente para o setor dos meios de comunicação social. Este instrumento proporcionará orientações sobre a forma de solicitar o devido apoio da UE, no contexto do quadro financeiro plurianual 2021-2027, mas também através dos planos nacionais de recuperação e resiliência.

O instrumento reunirá todas as oportunidades de financiamento da UE pertinentes para os meios audiovisuais, bem como para os meios de informação. Em apenas alguns cliques, qualquer empresa de comunicação social europeia – independentemente da dimensão e da orientação – será direcionada, dependendo das características e necessidades da empresa, para a fonte de apoio da UE mais apropriada. As empresas terão igualmente a possibilidade de aceder a informações sobre os vários concursos, bem como sobre as oportunidades de assistência no processo de candidatura.

O novo instrumento basear-se-á nos instrumentos existentes e na experiência da Rede Europeia de Empresas²³, que presta apoio e fornece orientações às empresas, nomeadamente nos setores dos meios de comunicação social e audiovisual.

AÇÃO 2 – MEDIA INVEST, uma plataforma destinada a impulsionar o investimento na indústria audiovisual

- *Uma plataforma específica de investimento em capitais próprios para promover produções audiovisuais e estratégias de distribuição europeias*
- *Desenvolvimento de uma reserva de investimento através do reforço das capacidades dos investidores e da preparação das empresas para o investimento*

Destinatários: empresas de produção e distribuição audiovisual da UE

A indústria audiovisual europeia é caracterizada por um grande número de empresas de produção e distribuição independentes altamente inovadoras e criativas com um elevado potencial de crescimento. No entanto, frequentemente não dispõem da capacidade

²¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/pt/TXT/?qid=1600708827568&uri=CELEX:52020DC0575>.

²² <https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/home>.

²³ <https://een.ec.europa.eu/>.

financeira necessária para competir a nível europeu e mundial. Simultaneamente, os investidores europeus continuam a desconhecer, em grande medida, o potencial dessas empresas, associando, muitas vezes, os investimentos nas mesmas a riscos elevados, devido à ausência de um historial de produções bem-sucedidas e ao facto de os ativos serem principalmente de carácter incorpóreo.

O Mecanismo de Garantia dos Setores Culturais e Criativos²⁴ contribuiu significativamente para aumentar o acesso ao crédito. Será dada continuidade a este tipo de apoio através do Programa InvestEU.

No entanto, existe igualmente um défice de financiamento por capitais próprios no que se refere ao setor audiovisual, bem como a outros setores criativos, estimado em 399 a 648 milhões de EUR por ano²⁵. É por essa razão que é necessária uma nova iniciativa de apoio ao financiamento por capitais próprios para impulsionar uma capacidade de produção audiovisual independente na Europa, capaz de criar obras de qualidade para o mercado internacional provenientes de todas as partes da Europa. As empresas europeias devem ter acesso aos meios financeiros para se tornarem mais autónomas e explorarem a propriedade intelectual dos conteúdos que produzem.

A Comissão apoiará a criação de uma plataforma de investimento específica, iniciada por fundos provenientes, nomeadamente, da vertente MEDIA do Programa Europa Criativa e do Programa InvestEU. A referida plataforma visará a mobilização de investidores privados e estará aberta à colaboração com instituições de fomento nacionais e associações da indústria. Prestará apoio a empresas audiovisuais que possam produzir obras de elevada qualidade para os mercados europeu e internacional, coordenando a exploração dos direitos e a distribuição em todos os territórios.

A plataforma de investimento ajudará as empresas audiovisuais a expandirem-se para a esfera internacional, para que possam assumir maiores riscos, desenvolver colaborações estruturadas com distribuidores ou outros meios de comunicação social e gerir e explorar os seus catálogos. Por sua vez, ao reforçar os fundos próprios das empresas, estas podem investir em produções de maior dimensão que terão maiores possibilidades de chegar a um público mais vasto e obter receitas de bilheteira mais elevadas.

O objetivo consiste em alavancar investimentos de 400 milhões de EUR ao longo de um período de sete anos, contribuindo assim de forma significativa para colmatar o défice de financiamento por capitais próprios²⁶. A plataforma poderá igualmente, em determinadas condições, ser combinada com os planos de recuperação e resiliência dos Estados-Membros financiados através do Instrumento de Recuperação da União Europeia²⁷.

²⁴ https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/cross-sector/guarantee-facility_en.

²⁵ «Ex-ante evaluation of new financial instruments for SMEs, mid-caps and organisations from the cultural and creative sectors», SQW, 2019.

²⁶ Existe um défice de financiamento por capitais próprios no que se refere ao setor audiovisual, bem como a outros setores criativos, estimado em 399 a 648 milhões de EUR por ano. Fonte: «Ex-ante evaluation of new financial instruments for SMEs, mid-caps and organisations from the cultural and creative sectors», SQW, 2019.

²⁷ Em consonância com a proposta da Comissão de um regulamento que cria um Mecanismo de Recuperação e Resiliência [COM(2020) 408 final]. O artigo 8.º prevê que o apoio ao abrigo do Mecanismo

A plataforma de investimento será complementada por atividades de reforço das capacidades dos investidores destinadas a aumentar o seu conhecimento dos mercados globais de produção e distribuição e dos riscos que lhes estão associados e a fornecer-lhes informações sobre o mercado. Em 2021, será realizada uma conferência de investidores com o objetivo de reunir e mobilizar a comunidade de investidores.

Além disso, com base na experiência do Mecanismo de Garantia dos Setores Culturais e Criativos, serão oferecidas ações de preparação para o investimento às empresas audiovisuais que se mostrem interessadas neste tipo de investimento. Estas receberão orientações adaptadas à sua estratégia empresarial para atrair investidores e identificar os projetos mais promissores.

AÇÃO 3 – «NEWS», uma iniciativa para agregar ações e apoio para o setor dos meios de informação

- *Melhor acesso ao financiamento, através de empréstimos e de uma iniciativa-piloto de capitais próprios*
- *Reforço das capacidades entre os investidores e os meios de comunicação social*
- *Apoio aos meios de informação para trabalharem na transformação colaborativa*
- *Um Fórum Europeu dos Meios de Informação*

Destinatários: empresas europeias de comunicação social informativa, jornalistas e organizações conexas

Os meios de informação são um setor económico, assim como um bem público. Para produzirem conteúdos independentes e fiáveis, os meios de informação necessitam de tempo, estabilidade e recursos. Devem também reforçar a capacidade para analisarem e refletirem informações científicas sobre grandes questões societárias, como a saúde e as alterações climáticas. No entanto, ao longo dos últimos anos, o setor dos meios de informação tem enfrentado mudanças contínuas devido à evolução dos modelos de receitas e à transição digital. Face às dificuldades de monetização, em alguns casos, os meios de comunicação social – em especial a nível local e regional – tiveram de encerrar, expondo potencialmente os mercados de menor dimensão a «desertos de notícias». Registou-se igualmente uma diminuição no que se refere ao envio, pelos meios de comunicação social, de correspondentes para o estrangeiro, o que pode ter um efeito prejudicial na profundidade da análise e na reportagem profissional. A crise da COVID-19 pode acelerar estas tendências, ao mesmo tempo que os cidadãos europeus recorrem mais do que nunca aos meios de informação, o que se reflete no aumento do número de leitores e dos níveis de audiência²⁸.

A Comissão lançará uma iniciativa, denominada «NEWS», para agregar ações e apoio para o setor dos meios de informação. Esta iniciativa analisará holisticamente os desafios enfrentados pela indústria dos meios de informação e fornecerá uma resposta coerente,

de Recuperação e Resiliência é complementar ao apoio prestado ao abrigo de outros fundos e programas da União. O artigo 22.º prevê que a Comissão e os Estados-membros devem assegurar uma coordenação eficaz entre o MRR e os programas da União.

²⁸<https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/STANDARD/surveyKy/2262>.

reunindo diferentes instrumentos de financiamento sob a mesma bandeira. Tal aumentará a coerência, a visibilidade e o impacto das ações apoiadas ao abrigo de diferentes fluxos de financiamento, respeitando simultânea e plenamente a independência dos meios de comunicação social.

A Comissão promoverá um melhor acesso ao financiamento, estimulando os empréstimos, bem como o financiamento por capitais próprios:

- para os meios de informação à procura de liquidez, o acesso a empréstimos será facilitado graças ao apoio proporcionado pela garantia InvestEU, com base na experiência adquirida com o Mecanismo de Garantia dos Setores Culturais e Criativos e o Fundo Europeu para Investimentos Estratégicos,
- para os meios de informação que necessitem de investimento, a Comissão procurará criar uma iniciativa-piloto baseada em capitais próprios através do Programa InvestEU que possa apoiar, nomeadamente, o setor dos meios de informação de forma inovadora, coinvestindo com fundos provenientes de filantropos, fundações e outros parceiros privados.

Estas ações serão complementadas por serviços de reforço de capacidades que visam aumentar o conhecimento do mercado europeu dos meios de informação entre os investidores, bem como entre os meios de comunicação social, e apoiar a preparação para o investimento entre os meios de comunicação social europeus, em particular os locais. Tal irá estabelecer um diálogo, fomentar a colaboração com potenciais investidores e facilitar o investimento.

Além disso, será prestado um apoio específico, sob a forma de subvenções ao abrigo da vertente intersetorial do Programa Europa Criativa, a parcerias de colaboração entre meios de informação. As subvenções apoiarão o ensaio de novos modelos de negócios, em particular, dos meios de comunicação social locais, a prestação de assistência aos meios de comunicação social no desenvolvimento das suas normas empresariais e editoriais, a promoção do jornalismo colaborativo e transfronteiras, a formação e mobilidade de profissionais e a partilha de boas práticas. A criação de redes entre os projetos selecionados será facilitada para maximizar o impacto.

A Comissão irá proceder a intercâmbios regulares com a indústria no sentido de definir uma agenda de inovação no que se refere aos meios de informação que possa ajudar o setor a prosperar na economia e sociedade digitais. Para o efeito, a Comissão criará um Fórum Europeu dos Meios de Informação para colaborar com as partes interessadas, incluindo as autoridades reguladoras dos meios de comunicação social, os representantes de jornalistas, os organismos de autorregulação (conselhos de imprensa/meios de comunicação social), a sociedade civil e as organizações internacionais.

3. TRANSFORMAR

O objetivo da presente secção consiste em incentivar a resiliência a longo prazo e a competitividade da indústria dos meios de comunicação social da Europa, acompanhando em particular a dupla transição digital e ecológica. Isto é igualmente importante para apoiar o papel crucial do setor na satisfação das necessidades da sociedade e na promoção dos valores europeus.

Tal como se verifica em muitos setores industriais, a tecnologia de dados está no cerne da transformação do setor dos meios de comunicação social²⁹. Em particular, os dados relativos aos níveis de audiência em domínios em que os concorrentes mundiais da Europa estão bem posicionados – como o desenvolvimento e a promoção de conteúdos personalizados – permitem novos modelos de negócios baseados numa relação mais direta com os clientes³⁰. Um bom exemplo disso é a publicidade, um domínio em que a Internet ultrapassou a televisão enquanto canal principal em 2015 e em que tem vindo a consolidar firmemente a sua posição de liderança desde então. Em 2018, a publicidade na Internet totalizou mais de 50 mil milhões de EUR, ao passo que a publicidade televisiva alcançou menos de 40 mil milhões de EUR³¹.

Simultaneamente, a disponibilidade de dados sobre os consumidores continua a aumentar paralelamente à utilização de telefones inteligentes. A proporção de leitores que acedem a notícias a partir de telefones inteligentes aumentou de 39 % em 2014 para 48 % em 2020. Tal proporciona novas oportunidades de criação, promoção e distribuição de conteúdos em formatos adaptados às necessidades dos leitores.

Neste contexto, o respeito da proteção de dados³² é essencial para reforçar os direitos fundamentais dos cidadãos na era digital e facilitar a atividade empresarial, através da clarificação das regras aplicáveis às empresas e aos organismos públicos no mercado único digital.

O domínio emergente dos conteúdos imersivos é igualmente um setor cujo potencial continua, em grande medida, por explorar e em que poderão ser criadas sinergias entre o setor dos meios de comunicação social e outras indústrias europeias fundamentais.

O setor dos meios de comunicação social da Europa não pode ficar para trás na transição ecológica. Por conseguinte, em consonância com os objetivos do Pacto Ecológico Europeu³³ – alcançar a neutralidade climática até 2050, dissociar o crescimento económico da utilização de recursos, restaurar a biodiversidade e reduzir a poluição –, serão definidas ações para diminuir o impacto ambiental do setor.

AÇÃO 4 – Impulsionar a inovação através de um espaço europeu de dados dos meios de comunicação social e incentivar a adoção de novos modelos de negócios

- *Criar um espaço de dados dos meios de comunicação social para apoiar as empresas de comunicação social na partilha de dados e no desenvolvimento de soluções inovadoras*
- *«European Media Outlook» [Perspetivas dos meios de comunicação social europeus]: um relatório para analisar as tendências dos meios de comunicação social*

Destinatários: editores, organismos de radiodifusão, rádios, empresas de publicidade, PME do setor dos meios de comunicação social, fornecedores de tecnologia, empresas

²⁹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0066&from=EN>.

³⁰ https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf.

³¹ Observatório Europeu do Audiovisual.

³² https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/data-protection-eu_pt.

³³ https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_pt.

A fim de se tornarem mais inovadoras e competitivas, as empresas europeias de comunicação social devem dispor de condições que lhes permitam tomar melhores decisões e implementar soluções mais avançadas com base em informações obtidas a partir de dados. A Comissão propõe concretizar este objetivo, promovendo a criação de um «espaço europeu de dados dos meios de comunicação social». Esta iniciativa tem por base a Estratégia Europeia para os Dados³⁴ e será levada a cabo no pleno respeito da legislação em matéria de proteção de dados.

Os espaços de dados podem mudar a forma como os criadores, produtores, e distribuidores colaboram. Alojamos dados pertinentes dos meios de comunicação social, como conteúdos, dados sobre os níveis de audiência e metadados de conteúdos, bem como outros tipos de dados sobre o comportamento dos utilizadores que podem ser úteis para criar conteúdos mais bem adaptados às necessidades dos consumidores e para os distribuir de forma mais eficiente.

A iniciativa relativa ao espaço de dados dos meios de comunicação social, financiada através dos Programas Horizonte Europa e Europa Digital (PED), apoiará editores de imprensa, organismos de radiodifusão, outras empresas de comunicação social e fornecedores de tecnologia na criação de um espaço de dados específico para aplicações dos meios de comunicação social. O PED contribuirá para a implantação da infraestrutura de dados e definirá uma estratégia de interoperabilidade de dados. Em consonância com a Estratégia Europeia para os Dados e com a nova iniciativa horizontal de governação de dados³⁵, integrará igualmente instrumentos e serviços de ponta necessários para a gestão e o tratamento dos dados e definirá as condições de partilha e utilização dos dados, incluindo regras em matéria de PI, proteção de dados e concorrência. A iniciativa será definida tendo em conta os contributos da vasta comunidade de partes interessadas.

A infraestrutura de dados deve estar disponível tanto para os meios de comunicação social de serviço público como para os operadores de meios de comunicação social comerciais, independentemente da sua dimensão, as empresas em fase de arranque ou os intervenientes estabelecidos. Por exemplo, vários editores de notícias da UE poderão reunir – de forma favorável à concorrência e no respeito das regras em matéria de proteção de dados – os seus conteúdos e dados de clientes para produzir notícias dirigidas aos seus próprios públicos nacionais, traduzindo automaticamente os conteúdos pertinentes para as suas próprias línguas. O espaço de dados poderá igualmente fornecer informações valiosas aos serviços destinados a aumentar a facilidade de localização de conteúdos de meios de comunicação social (notícias e conteúdos de entretenimento) além-fronteiras, bem como facilitar o acesso de PME criativas a recursos informáticos. Além disso, poderá permitir a exploração de sinergias com conjuntos de dados produzidos por outras indústrias criativas (por exemplo, espaços de dados para património cultural) e setores industriais (por exemplo, retalhista, automóvel).

Além disso, o Programa Horizonte Europa apoiará aplicações e tecnologias inovadoras no domínio dos meios de comunicação social. Os investimentos em componentes de

³⁴ https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/european-data-strategy_pt.

³⁵ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pt/ip_20_2102.

infraestrutura modulares e de fonte aberta de meios de comunicação social poderão facilitar a emergência de novos modelos de negócios e a sua aceitação pelos meios de comunicação social tradicionais e novos, melhorando assim o acesso dos cidadãos a informações procedentes de numerosas fontes.

A fim de melhorar a sua base de conhecimentos e orientar futuras iniciativas políticas, a Comissão Europeia encomendará um relatório, denominado «Media Industry Outlook» (Perspetivas da indústria dos meios de comunicação social), de dois em dois anos. Este relatório irá explorar as tendências dos meios de comunicação social – dos avanços tecnológicos aos padrões emergentes de produção e consumo – e analisar o seu potencial impacto no mercado europeu dos meios de comunicação social e nos modelos de negócios.

AÇÃO 5 – Promover uma coligação industrial europeia de realidade virtual e aumentada (RV/RA)

- *Coligação da indústria de RV/RA para estimular a cooperação entre os setores da indústria e assegurar a liderança europeia*
- *Lançamento de um laboratório de meios de realidade virtual para projetos relativos a novas formas de narrativa e interação*

Destinatários: empresas europeias de realidade virtual e aumentada e profissionais e indústrias que utilizem aplicações de RV/RA

As tecnologias imersivas e os conteúdos de elevada qualidade permitem criar novas aplicações e casos de utilização, bem como novas formas de interagir com o público. As tecnologias imersivas criam experiências mais atrativas e imersivas em diferentes domínios, como os dos meios de comunicação social, do entretenimento, da cultura, dos cuidados de saúde, do *design*, da arquitetura, do fabrico, da educação, do turismo, da moda, da formação ou das compras a retalho.

Até 2030, a realidade virtual (RV) e a realidade aumentada (RA) têm potencial para acrescentar cerca de 1,3 biliões de EUR à economia mundial, o que representa um aumento em relação aos 39 mil milhões de EUR em 2019³⁶.

Embora a maioria dos grandes intervenientes se encontre atualmente na Ásia e nos EUA, a Europa também tem um grande potencial para se tornar líder de mercado nesta tecnologia³⁷. Os fundos de investigação da UE apoiaram mais de 450 projetos dedicados à RV e à RA, num total de mais de mil milhões de EUR desde os anos 90.

A Europa tem uma vantagem competitiva distinta quando se trata de conteúdos graças à sua grande diversidade cultural: importantes intervenientes culturais, como o canal ARTE, o Festival de Cinema de Veneza e o *Centre national du cinéma*, estão a explorar e a apoiar ativamente o potencial da RV. A Europa tem igualmente trabalhadores altamente qualificados, capazes de criar modelos tridimensionais e conteúdos gerados por computador para a indústria dos videojogos e da animação em RV.

³⁶ <https://www.pwccn.com/en/tmt/economic-impact-of-vr-ar.pdf>.

³⁷ https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/vr_ecosystem_eu_report_0.pdf.

Com base na criatividade e na sólida base de investigação da Europa, os conteúdos, soluções técnicas e aplicações de RV/RA têm potencial para desencadear inovações noutros setores industriais, como as indústrias transformadoras, melhorando o desenvolvimento de produtos e os processos. Além disso, desempenham um papel importante quando se trata de impulsionar a transformação do setor do turismo e de ajudar indústrias criativas, como a moda ou a arquitetura, a desenvolverem novos modelos de negócios, a tornarem a produção mais eficiente através da redução do desperdício e a melhorarem a experiência dos clientes.

No entanto, o setor da RV/RA europeu padece de uma fragmentação entre setores, intervenientes e aplicações. Por conseguinte, a Comissão propõe o lançamento de uma coligação de RV/RA para estimular a cooperação e a fertilização cruzada entre setores e assegurar a liderança europeia neste mercado crucial e em crescimento. A coligação de RV/RA proporcionará uma plataforma para a criação de sinergias, através da promoção de ações e compromissos conjuntos.

A coligação basear-se-á numa abordagem ampla e intersetorial que contará com a participação das indústrias, dos fornecedores de tecnologia e dos criadores. A coligação refletirá esta diversidade de competências e será composta por intervenientes proeminentes dos vários setores, da produção e distribuição de conteúdos à disponibilidade de tecnologia, passando pela inovação e pelo desenvolvimento empresarial. Incluirá membros representantes de associações de RV/RA nacionais ou regionais e vários representantes da indústria que poderão beneficiar da utilização mais ampla das tecnologias de RV/RA para a criação e utilização de conteúdos.

A coligação apresentará, até ao final de 2021, um documento estratégico que enunciará a) o grau de implantação da RV/RA no setor dos meios de comunicação social; b) os objetivos para uma implantação otimizada da RV/RA no setor dos meios de comunicação social a alcançar até 2026; c) compromissos concretos sobre a forma como a indústria contribuirá para alcançar estes objetivos.

Será igualmente lançado um laboratório de meios de realidade virtual para apoiar a cooperação criativa em projetos relativos a novas formas de narrativa e interação, através da realidade virtual e aumentada. Este laboratório permitirá o trabalho conjunto e a aprendizagem mútua entre pessoas que representam uma série de grupos profissionais (jornalistas, realizadores, criadores de jogos, programadores, investigadores). Os projetos financiados centrar-se-ão em conteúdos para entretenimento, cultura e notícias, bem como em aplicações de realidade virtual noutras indústrias, como a do turismo, e em domínios como a educação.

AÇÃO 6 – Rumo a um setor audiovisual com impacto neutro no clima

- *Um intercâmbio estruturado de boas práticas com a indústria e fundos cinematográficos e audiovisuais (sub)nacionais*

Destinatários: empresas e profissionais europeus do setor audiovisual

O impacto ambiental do setor dos meios de comunicação social é significativo. Ao contrário de muitas outras indústrias na Europa, as emissões de CO₂ desta indústria na Europa estão a crescer de forma permanente, nomeadamente devido ao constante

aumento do consumo de meios de comunicação social, sobretudo através de plataformas de transferência em contínuo.

No setor audiovisual, as estimativas variam entre 35 MtCO₂e (toneladas de equivalente de dióxido de carbono) para um episódio de uma série de televisão e 1 000 MtCO₂e para uma longa-metragem³⁸. Uma longa-metragem europeia produz, em média, 192 toneladas de CO₂. As grandes (co)produções internacionais poderão ter um impacto muito maior, de até vários milhares de toneladas de CO₂.

Em consonância com o objetivo da UE de alcançar a neutralidade climática até 2050, a Comissão colaborará estreitamente com a indústria e os fundos cinematográficos e audiovisuais (sub)nacionais com o objetivo de partilhar as boas práticas³⁹ em vigor e de chegar a acordo sobre instrumentos e normas ecológicas comuns. As plataformas de transferência em contínuo em linha – cuja percentagem da pegada de carbono está a crescer devido ao aumento do consumo – serão igualmente convidadas a apresentar as suas ideias e iniciativas.

A Comissão trabalhará na elaboração de um guia de boas práticas para a produção e a prestação ecológicas de serviços. A abordagem será gradual, com o objetivo de sensibilizar e incentivar a indústria a começar a aplicar soluções mais sustentáveis. Complementará as ações da Comissão no âmbito da Estratégia Digital⁴⁰ para tornar as infraestruturas, como os centros de dados e as redes de telecomunicações, neutras do ponto de vista climático, energeticamente eficientes e sustentáveis.

4. HABILITAR E CAPACITAR

Os europeus devem ser os protagonistas da Década Digital. A recente legislação europeia – tal como a Diretiva SCSA revista e a reforma dos direitos de autor – contribui para assegurar uma maior responsabilidade de todos os intervenientes dos meios de comunicação social, incluindo as plataformas em linha, pela proteção dos grupos vulneráveis de utilizadores, especialmente dos menores. Reforça igualmente os direitos dos criadores da Europa.

Com base neste sólido enquadramento regulamentar, a presente secção apresenta iniciativas destinadas a permitir às empresas e aos talentos europeus dos meios de comunicação social prosperar nos mercados europeus e mundiais. Estas iniciativas têm em conta a necessidade de os cidadãos serem capazes de encontrar e escolher diversos conteúdos de qualidade em linha e de navegar com facilidade e eficácia no ambiente mediático moderno.

Embora seja dada particular atenção à juventude da Europa, os europeus de todas as origens e gerações – incluindo os idosos – serão dotados de instrumentos que lhes permitam ser utilizadores ativos e críticos dos conteúdos mediáticos.

³⁸ «Greening the European Audiovisual Industry - The Best Strategies and their costs» (a publicar em 2021).

³⁹ O Pacto Europeu para o Clima, que será lançado pela Comissão Europeia em dezembro de 2020, constituirá uma das fontes pertinentes de boas práticas e uma plataforma de cooperação.

⁴⁰ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/content/european-digital-strategy>.

ACÇÃO 7 – Rumo a uma maior disponibilidade de conteúdos audiovisuais em toda a UE

- *Lançar um diálogo com a indústria audiovisual a fim de chegar a acordo sobre medidas concretas para melhorar o acesso e a disponibilidade de conteúdos audiovisuais transfronteiras na UE*

Destinatários: indústria audiovisual (produtores, organismos de radiodifusão, serviços de vídeo a pedido, distribuidores, etc.), organizações de consumidores e outras partes interessadas, como os fundos cinematográficos nacionais

Com a crise da COVID-19, a utilização em linha de serviços audiovisuais em casa aumentou exponencialmente, juntamente com a vontade dos agregados familiares de investir em tecnologias de entretenimento doméstico⁴¹. A crise cria uma oportunidade para a indústria chegar a um público mais vasto em linha. O recente Regulamento relativo à portabilidade de conteúdos⁴² permite que os cidadãos europeus viajem com os conteúdos por si adquiridos ou subscritos em toda a UE, tendo já proporcionado benefícios práticos⁴³.

Por seu lado, a disponibilidade de conteúdos audiovisuais em linha apresenta um potencial de aumento significativo: o relatório sobre a revisão do Regulamento relativo ao bloqueio geográfico⁴⁴ mostra diferenças importantes entre os catálogos audiovisuais dos Estados-Membros. Em média, apenas 14 % dos filmes estão disponíveis nos serviços de vídeo a pedido de todos os Estados-Membros⁴⁵.

Um recente inquérito Eurobarómetro indica que mais de um terço dos utilizadores da Internet estão interessados em aceder a conteúdos audiovisuais além-fronteiras⁴⁶. Estas conclusões são confirmadas pelos dados mais recentes do Observatório Europeu do Audiovisual, segundo os quais os filmes da UE são disponibilizados, em média, em

⁴¹ De acordo com o relatório da Pwc intitulado «Global Entertainment & Media Outlook 2020-2024», em consequência da crise da COVID 19, as receitas dos serviços de vídeo a pedido deverão ultrapassar as receitas de bilheteira em 2020, prevendo-se que continuem a aumentar rapidamente nos próximos cinco anos, atingindo uma dimensão mais de duas vezes superior à das bilheteiras em 2024. Simultaneamente, o volume de negócios mundial dos serviços de transferência em contínuo aumentou 26 % em 2020.

⁴² Regulamento (UE) 2017/1128 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de junho de 2017, relativo à portabilidade transfronteiriça dos serviços de conteúdos em linha no mercado interno.

⁴³ Os europeus que viajam frequentemente confirmam a importância destas regras para as suas deslocações. Quase metade (49 %) dos europeus que têm uma assinatura gratuita ou paga para serviços de conteúdos em linha e que viajaram na UE tentaram aceder à mesma quando visitaram outro país da UE. Eurobarómetro 477-A (2019), «Accessing content online and cross-border portability of online content services – survey on cross-border portability».

⁴⁴ Relatório da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões sobre a primeira avaliação a curto prazo do Regulamento relativo ao bloqueio geográfico. Disponível em: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-publishes-its-short-term-review-geo-blocking-regulation>.

⁴⁵ Existem diferenças significativas entre países. Por exemplo, os espetadores na Grécia apenas têm acesso a 1,3 % dos filmes disponíveis em linha na UE, enquanto os da Alemanha têm acesso a 43,1 %. Fonte: Documento de trabalho dos serviços da Comissão sobre a primeira avaliação a curto prazo do Regulamento relativo ao bloqueio geográfico.

⁴⁶ Eurobarómetro Flash 477-B, 2019.

plataformas de vídeo a pedido de, no máximo, três países da UE-27⁴⁷. Tal representa um mundo de potencialidades por explorar e de diversidade a desfrutar pelos europeus.

A indústria audiovisual deve poder beneficiar da Europa enquanto mercado nativo e tirar partido das novas tendências de consumo, disponibilizando mais obras em linha nos diferentes Estados-Membros.

A fim de acompanhar a indústria audiovisual nesta transformação, a Comissão pretende lançar um diálogo com o setor. Este diálogo contribuirá para chegar a acordo sobre medidas concretas para melhorar o acesso e a disponibilidade de conteúdos audiovisuais além-fronteiras, na sequência da revisão do Regulamento relativo ao bloqueio geográfico. Tal permitirá à indústria expandir-se e chegar a novos públicos, bem como beneficiar os cidadãos europeus, proporcionando-lhes uma maior escolha.

O diálogo reunirá representantes da indústria audiovisual (produtores, organismos de radiodifusão, serviços de vídeo a pedido, distribuidores, etc.), organizações de consumidores e outras partes interessadas, como os fundos cinematográficos nacionais, e terá lugar no decurso de 2021. No diálogo poderão ser definidas eventuais metas específicas para aumentar a circulação de obras audiovisuais em toda a UE, bem como formas de as alcançar.

A Comissão acompanhará os progressos realizados na consecução das metas específicas em cooperação com o setor audiovisual e decidirá sobre o seguimento adequado, avaliando várias opções, incluindo a intervenção legislativa.

Simultaneamente, os cinemas devem continuar a ser espaços culturais que proporcionam maiores oportunidades de interação social. Para o efeito, a Comissão irá explorar, através da vertente MEDIA do Programa Europa Criativa, formas de incentivar os cinemas a melhorar ainda mais a experiência dos espetadores.

AÇÃO 8 – Promover os talentos europeus dos meios de comunicação social

- *Novos programas de orientação para os talentos europeus dos meios de comunicação social*
- *Centros de formação no âmbito da vertente MEDIA que proporcionem formação prática intensiva a jovens profissionais dos meios de comunicação social*
- *Campanha sobre a diversidade diante e detrás da câmara*
- *Um portal para o mercado MEDIA («MEDIA market gateway») para proceder à prospeção das empresas em fase de arranque mais promissoras da Europa ativas no setor dos meios de comunicação social e ajudá-las a prosperar*
- *Laboratórios de inovação criativa abertos a empresas em fase de arranque e a empresas jovens de acelerado crescimento*

Destinatários: profissionais audiovisuais europeus, empresas europeias inovadoras de comunicação social (do setor audiovisual e não só)

⁴⁷ Relatório do Observatório Europeu do Audiovisual intitulado «Film and TV content in VOD catalogues 2020 Edition».

Os talentos da indústria dos meios de comunicação social, independentemente do setor e da sua localização na Europa, estão no cerne da sua competitividade.

No entanto, algumas profissões continuam a ser consideradas inacessíveis por determinados grupos da sociedade. Tal é ilustrado, por exemplo, pela sub-representação das mulheres em posições de tomada de decisões na indústria audiovisual⁴⁸.

A Comissão irá integrar as práticas de mentoria identificadas como extremamente bem-sucedidas nos projetos de formação do setor audiovisual apoiados, nos últimos anos, através da vertente MEDIA⁴⁹ do Programa Europa Criativa. Estes programas de mentoria desenvolver-se-ão em diversos formatos, explorando todas as oportunidades criativas e comerciais proporcionadas pelas tecnologias digitais.

Além disso, será lançada uma campanha de comunicação para promover a diversidade não só diante mas também detrás da câmara, a fim de melhorar representações diversificadas e acrescentar novas ideias, histórias e vozes. A campanha servirá de base à Comunicação da Comissão intitulada «Uma União da igualdade: plano de ação da UE contra o racismo 2020-2025»⁵⁰, bem como à Estratégia da UE sobre a igualdade das pessoas LGBTIQ⁵¹ e ao Quadro estratégico da UE para a igualdade, a inclusão e a participação dos ciganos⁵².

Destacar modelos inspiradores é um passo essencial para promover o acesso a estas profissões através de uma maior diversidade de perfis. Assim, a campanha terá como objetivo destacar profissionais europeus, de modo a promover um vasto leque de profissões e incentivar as mulheres e os grupos desfavorecidos da sociedade, como as pessoas com deficiência ou as pessoas oriundas de minorias étnicas ou raciais, a ponderarem seguir estas carreiras.

Além disso, as iniciativas de desenvolvimento de competências no âmbito do Programa Europa Criativa serão reforçadas pela organização de cursos de formação intensiva (centros de formação MEDIA), nos quais jovens talentos dos meios de comunicação social de toda a Europa podem ganhar experiência prática em domínios como narrativas inovadoras, novos modelos de negócios, novas tecnologias de pós-produção, juntamente com competências para fornecer conteúdos acessíveis.

A vertente MEDIA do Programa Europa Criativa aliará igualmente os seus esforços aos de outras iniciativas – como o Radar da Inovação⁵³, a Startup Europe⁵⁴ e a ação de

⁴⁸ De acordo com a Estratégia para a Igualdade de Género 2020-2025, a Comissão continuará a apoiar projetos que promovam a igualdade de género no âmbito do Programa Europa Criativa, incluindo no âmbito do projeto «A Música Move a Europa», e apresentará uma estratégia em matéria de igualdade de género na indústria audiovisual como parte do próximo subprograma MEDIA, incluindo apoio financeiro, um diálogo estruturado, mentoria e formação para as mulheres realizadoras, produtoras e argumentistas.

⁴⁹ https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/actions/media/training_en.

⁵⁰ https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/racism-and-xenophobia/eu-anti-racism-action-plan-2020-2025_pt.

⁵¹ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pt/ip_20_2068.

⁵² https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/roma-eu/roma-equality-inclusion-and-participation-eu_pt.

⁵³ <https://www.innoradar.eu/>.

⁵⁴ <https://startupeuropeclub.eu/>.

coordenação e apoio (ACA) do Media Motor Europe⁵⁵ – para proceder à prospeção das empresas em fase de arranque mais promissoras da Europa ativas no setor dos meios de comunicação social. Para o efeito, será lançado um convite à manifestação de interesse dirigido às comunidades criativas e técnicas dos meios de comunicação social no âmbito da Startup Europe, a fim de identificar empresas promissoras.

A vertente MEDIA do Programa Europa Criativa proporcionará igualmente um terreno fértil para essas empresas e ajudá-las-á a prosperar num setor audiovisual em rápida evolução. Estas empresas poderão beneficiar de um acesso reforçado ao apoio do mercado no âmbito da vertente MEDIA do Programa Europa Criativa através do denominado portal para o mercado MEDIA («MEDIA market gateway»). Tal implicará uma preparação ativa, incluindo ações de orientação e mentoria sobre as tendências e o posicionamento no mercado, planos de negócios e estratégias de comercialização, para aproveitar ao máximo uma presença física/virtual combinada nos mais importantes mercados mundiais dos meios de comunicação social (Berlinale, Cannes, Veneza, GamesCom, VR Days, etc.) sob o rótulo europeu.

As empresas em fase de arranque e as empresas jovens de acelerado crescimento terão a possibilidade de participar nos laboratórios de inovação criativa, uma nova iniciativa no âmbito da vertente intersetorial do Programa Europa Criativa. Esta iniciativa reunirá o setor dos meios de comunicação social e outros setores criativos (por exemplo, da música, da edição) e fará experiências com dados, realidade virtual e aumentada e outras tecnologias para desenvolver novos conteúdos, novos modelos de negócios e novas competências, promover a inclusão da diversidade e a sustentabilidade e impulsionar a participação do público.

É importante notar que as PME e as empresas em fase de arranque de comunicação social inovadoras poderão igualmente candidatar-se ao apoio do Programa Horizonte Europa no âmbito do Conselho Europeu da Inovação⁵⁶ e do Instituto Europeu de Inovação e Tecnologia⁵⁷.

AÇÃO 9 – Capacitar os cidadãos

- *Aplicação prática das novas obrigações em matéria de literacia mediática da Diretiva SCSA (conjunto de instrumentos de literacia mediática e orientações destinadas aos Estados-Membros)*
- *Apoiar a criação de serviços de agregação de conteúdos de comunicação social alternativos*

Destinatários: cidadãos europeus, em particular os mais jovens, plataformas de partilha de vídeos

A literacia mediática é fundamental para capacitar os cidadãos no atual ambiente mediático e deve ser apoiada através de vários programas e iniciativas, tal como

⁵⁵ <https://cordis.europa.eu/project/id/871552>.

⁵⁶ Ver a iniciativa-piloto do Conselho Europeu da Inovação (CEI): <https://ec.europa.eu/research/eic/index.cfm>.

⁵⁷ <https://eit.europa.eu/>.

delineado no Plano de Ação para a democracia europeia, que sublinha a importância da literacia mediática no combate à desinformação e promove a cooperação neste contexto. A literacia mediática inclui todas as capacidades técnicas, cognitivas, sociais, cívicas e criativas que permitem aos cidadãos aceder aos meios de comunicação social, ter uma compreensão crítica dos mesmos e interagir com eles. A literacia mediática é igualmente fundamental para capacitar os consumidores para tomarem decisões informadas e para apoiá-los na adoção de um consumo mais sustentável e ecológico. A literacia mediática deve ser integrada nos programas escolares para permitir que as crianças utilizem os serviços mediáticos de forma responsável e estejam mais bem preparadas para enfrentar as ameaças da violência e da desinformação em linha.

A Diretiva SCSA revista estabeleceu medidas específicas para ajudar a melhorar as competências dos cidadãos em matéria de literacia mediática. A diretiva em causa prevê que os Estados-Membros promovam e tomem medidas para desenvolver as competências de literacia mediática (e apresentem relatórios à Comissão sobre essas medidas, com base nas orientações da Comissão que definem o âmbito desses relatórios), e que as plataformas de partilha de vídeos adotem medidas e instrumentos eficazes de literacia mediática e sensibilizem os utilizadores para essas medidas e instrumentos.

A implementação efetiva destas disposições da Diretiva SCSA é de importância fundamental para um maior desenvolvimento das competências de literacia mediática e para melhorar a acessibilidade dos conteúdos em todos os Estados-Membros. Por conseguinte, para assegurar a aplicação prática das novas obrigações, especialmente na esfera em linha, a Comissão, juntamente com o Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual e com outros peritos, bem como através do diálogo com plataformas de partilha de vídeos, desenvolverá um conjunto de instrumentos para aumentar a sensibilização dos utilizadores, melhorar as suas escolhas e competências críticas e ajudar os utilizadores a ter acesso a uma maior variedade de conteúdos mediáticos disponíveis em plataformas de partilha de vídeos.

Espera-se que esta iniciativa seja particularmente benéfica para os utilizadores mais jovens, que devem participar plenamente no seu desenvolvimento. Por este motivo, a Comissão criará um painel de auscultação *ad hoc*, composto por estudantes e jovens jornalistas, para testar e promover o conjunto de instrumentos. O painel será equilibrado em termos de género, inclusivo e diversificado. Essa abordagem assegurará que o conjunto de instrumentos irá responder de forma eficaz às necessidades dos utilizadores mais jovens e capacitá-los ainda mais no que se refere ao ambiente em linha, incluindo o combate aos estereótipos em razão do género, da cultura, da religião ou das preferências sexuais. A aplicação do conjunto de instrumentos fará igualmente parte dos relatórios de literacia mediática da Diretiva SCSA, cujo âmbito será determinado pelas orientações da Comissão, a emitir em 2021.

Como parte destas ações, a Comissão intensificará igualmente os seus esforços no âmbito da próxima edição da Semana Europeia da Literacia Mediática, com vista a torná-la ainda mais impactante e inclusiva. Neste contexto, a Comissão explorará o potencial de uma maior cooperação com organizações internacionais pertinentes.

As ações propostas serão totalmente alinhadas com os objetivos do Plano de Ação para a Educação Digital 2021-2027⁵⁸ e complementares dos mesmos. Este plano visará dotar a educação de uma capacidade de resposta ainda maior para ajudar os alunos a

⁵⁸ https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/digital-education-action-plan_pt.

desenvolverem a capacidade de abordar, filtrar e avaliar de forma crítica a informação, nomeadamente a identificarem a desinformação e a gerirem a sobrecarga de informação, bem como a desenvolverem a literacia financeira⁵⁹.

O Programa Horizonte Europa contribuirá igualmente para aumentar a participação política dos cidadãos, fomentando a literacia digital crítica, bem como o acesso a conteúdos de meios de comunicação social pluralistas.

Para complementar estas ações, a Comissão apoiará a investigação e a inovação para desenvolvimento de métodos avançados de pesquisa, localização e agregação, a fim de facilitar a criação de serviços alternativos independentes de agregação de notícias capazes de proporcionar um conjunto diversificado de fontes de informação acessíveis.

A sensibilização do público – particularmente do público jovem – para os conteúdos europeus será feita no contexto do 30.º aniversário da vertente MEDIA do Programa Europa Criativa, em 2021. Será lançada uma campanha de divulgação junto das gerações mais jovens sobre a riqueza e a diversidade dos conteúdos europeus, em que serão dados a conhecer talentos, projetos e histórias de sucesso apoiados pelo programa.

AÇÃO 10 – Garantir o funcionamento do mercado europeu dos meios de comunicação social

- Reforçar o quadro de cooperação entre reguladores europeus dos meios de comunicação social no âmbito do Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual

Destinatários: reguladores europeus dos meios de comunicação social, indústria europeia dos meios de comunicação social audiovisual e intervenientes no mercado

A criação de condições de concorrência verdadeiramente equitativas para todos os intervenientes nos meios de comunicação social audiovisual e de um ambiente justo para os criadores e para aqueles que investem em conteúdos têm sido os objetivos centrais da Diretiva SCSA revista e do quadro modernizado dos direitos de autor.

Por exemplo, para assegurar uma concorrência leal entre organismos de radiodifusão e plataformas de vídeo a pedido na promoção e no investimento em conteúdos europeus, a Diretiva SCSA revista exige que estas garantam uma quota de 30 % de obras europeias nos seus catálogos.

A aplicação eficaz e coerente das regras revistas da Diretiva SCSA e dos direitos de autor a nível nacional será fundamental para garantir a sua realização. Simultaneamente, será crucial assegurar que os ativos incorpóreos dos intervenientes nos meios de comunicação social sejam protegidos através de uma aplicação efetiva dos seus direitos de PI.

⁵⁹ A importância da literacia mediática foi igualmente sublinhada na Agenda de Competências para a Europa 2020, que previa que a Comissão, juntamente com os Estados-Membros, trabalharia em novas prioridades para a Agenda Europeia para a Educação de Adultos, com vista a complementar o quadro renovado de cooperação europeia no domínio da educação e da formação e contribuir para a realização do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas.

No que diz respeito à Diretiva SCSA revista, os Estados-Membros, e em particular os respetivos reguladores dos meios de comunicação social, têm de acompanhar adequadamente a correta aplicação das novas regras e fazê-las cumprir sempre que necessário⁶⁰. Tal exigirá, em particular, o seguinte:

- a aplicação coerente das obrigações de quota de conteúdos europeus em catálogos a pedido (também com base nas orientações recentemente emitidas pela Comissão)⁶¹,
- a aplicação coerente das novas regras sobre a proeminência das obras europeias, emitindo orientações práticas adicionais e incentivando a adoção de abordagens comuns sobre a proeminência de conteúdos de interesse geral⁶²,
- a aplicação efetiva das novas obrigações das plataformas de partilha de vídeos.

Neste contexto, a Comissão avaliará se a cooperação no seio do Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual necessita de ser reforçada, a fim de assegurar que o seu formato e âmbito contribuam para o funcionamento eficaz das novas regras dos meios de comunicação social na prática e sejam capazes de fazer face aos novos desafios dos mercados dos meios de comunicação social. Para o efeito, a Comissão continuará a fazer um balanço das boas práticas em matéria de cooperação transfronteiras, acompanhando de perto o desempenho do Memorando de Entendimento do Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual, que será posto em prática até ao final do ano.

O Memorando de Entendimento é um mecanismo de cooperação setorial e voluntário que tem por base os conhecimentos especializados únicos dos reguladores europeus dos meios de comunicação social. Conterá mecanismos específicos de cooperação e de intercâmbio de informações para os reguladores europeus dos meios de comunicação social, com vista a abordar questões práticas e casos transfronteiras relacionados com a aplicação da Diretiva SCSA revista que se inserem no âmbito das suas competências. Esta iniciativa, centrada em particular nas novas disposições regulamentares supracitadas da Diretiva SCSA revista, complementará o sistema de governação horizontal para serviços em linha a estabelecer pelo ato legislativo sobre os serviços digitais. A Comissão avaliará, até ao final de 2021, o funcionamento do Memorando de Entendimento e proporá melhorias, se necessário.

⁶⁰ Para além das novas regras, a Diretiva 2005/29/CE relativa às práticas comerciais desleais das empresas face aos consumidores no mercado interno (DPCD) aplica-se às práticas comerciais desleais que ocorrem nos serviços de comunicação social audiovisual, como as práticas enganosas e agressivas, na medida em que não são abrangidas pelas disposições da Diretiva SCSA. A rede de cooperação de defesa do consumidor assegura, ao abrigo do Regulamento (UE) 2017/2394, a aplicação da legislação da UE em matéria de defesa do consumidor no caso de infrações cometidas dentro e a nível da União.

⁶¹ Orientações nos termos do artigo 13.º, n.º 7, da Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual sobre o cálculo da percentagem de obras europeias em catálogos a pedido e sobre a definição de baixas audiências e de baixo volume de negócios, [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:52020XC0707\(03\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:52020XC0707(03)).

⁶² O artigo 7.º-A da Diretiva SCSA revista reconhece que os Estados-Membros podem tomar medidas para assegurar a proeminência adequada dos serviços de comunicação social audiovisual de interesse geral, com vista a cumprirem objetivos como o pluralismo dos meios de comunicação social, a liberdade de expressão e a diversidade cultural. Relativamente a esta disposição, em 2020 foi criado um subgrupo específico do Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual para facilitar um entendimento comum do seu âmbito e das potenciais abordagens regulamentares que os Estados-Membros podem adotar neste domínio.

Além disso, em cooperação com os Estados-Membros, os seus fundos cinematográficos e o Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual e com a colaboração das plataformas a pedido, a Comissão explorará outras formas de fomentar uma maior diversidade nos catálogos de vídeo a pedido. Em consonância com o objetivo da Diretiva SCSA de incentivar os organismos de radiodifusão a incluir nos seus serviços uma quota adequada de obras europeias coproduzidas ou de obras europeias de origem não nacional, o objetivo será chegar a acordo sobre metas voluntárias para uma maior presença dessas obras também em catálogos de vídeo a pedido. Tal reforçará mutuamente o objetivo da vertente MEDIA do Programa Europa Criativa de aumentar a presença dessas obras em todas as plataformas de distribuição.

Para garantir o bom funcionamento do mercado europeu dos meios de comunicação social é igualmente necessário abordar a questão da pirataria de conteúdos protegidos por direitos de autor que, apesar de ter registado um ligeiro declínio, continua a constituir um problema significativo⁶³. A emergência de novos modelos de negócios que infringem as normas constitui uma séria ameaça para a indústria⁶⁴.

A Comissão está empenhada em assegurar uma aplicação mais eficaz dos direitos de PI no ambiente digital, tal como delineado no Plano de Ação em matéria de propriedade intelectual⁶⁵. Em particular, a Comissão participará em debates com a indústria para analisar de que forma as soluções existentes para combater a pirataria, como as injunções, podem ser tornadas mais eficientes e fáceis de obter, nomeadamente para lidar com a natureza dinâmica e sem fronteiras das infrações à escala comercial em linha. Neste contexto, tendo por base o Plano de Ação em matéria de propriedade intelectual, será dada especial atenção à promoção da cooperação entre as autoridades nacionais responsáveis pela aplicação da lei e pela execução transfronteiras.

5. CONCLUSÃO

Com a presente comunicação, a Comissão apresenta uma visão abrangente para o setor dos meios de comunicação social, a fim de explorar o potencial de um verdadeiro mercado europeu dos meios de comunicação social e tirar partido da Década Digital.

As ações serão realizadas em estreita cooperação com os Estados-Membros, o Parlamento Europeu, a indústria dos meios de comunicação social e todas as partes interessadas. Neste contexto, a presente comunicação constituirá um roteiro concreto

⁶³ Entre 2017 e 2018, o acesso global a conteúdos pirateados diminuiu 32 % no domínio da música, 19 % no domínio dos filmes e 8 % no domínio dos conteúdos televisivos. Fonte: Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia, «Online copyright infringement in the EU. Music, films and TV (2017-2018), trends and drivers», novembro de 2019.

⁶⁴ Na União Europeia (UE-28), estima-se que 3,6 % da população – percentagem que representa 13,7 milhões de pessoas – vê televisão difundida em contínuo na Internet a partir de fontes em linha não autorizadas. Estima-se que o mercado de subscrição não autorizada de IPTV tenha gerado 941,7 milhões de EUR de receitas anuais na União Europeia em 2018. Fonte: «Illegal IPTV in the EU», EUIPO, novembro de 2019. Uma melhor aplicação dos direitos de PI contribuirá igualmente para fazer face aos desafios específicos criados pela pirataria de conteúdos audiovisuais desportivos. Ver a declaração da Comissão sobre os organizadores de eventos desportivos, que acompanha a Resolução legislativa do Parlamento Europeu sobre a Diretiva relativa aos direitos de autor no mercado único digital, https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2019-0231_PT.html.

⁶⁵ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pt/ip_20_2187.

para os meios de comunicação social como parte do ecossistema cultural e criativo, para colher os benefícios da transformação digital e fomentar a sua competitividade.

– APÊNDICE – CALENDÁRIO INDICATIVO

Ação	Subação	Calendário indicativo
AÇÃO 1 – Acesso facilitado ao apoio da UE	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Um novo instrumento interativo para orientar as empresas de comunicação social através dos vários instrumentos de apoio 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ T1 2021
AÇÃO 2 – MEDIA INVEST, uma plataforma destinada a impulsionar o investimento na indústria audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Uma plataforma específica de investimento em capitais próprios para promover produções audiovisuais e estratégias de distribuição europeias ➤ Desenvolvimento de uma reserva de investimento através do reforço das capacidades dos investidores e da preparação das empresas para o investimento 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A partir do S1 2022 ➤ A partir do S2 2021
AÇÃO 3 – «NEWS», uma iniciativa para agregar ações e apoio para o setor dos meios de informação	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Melhor acesso ao financiamento, através de empréstimos e de uma iniciativa-piloto de capitais próprios ➤ Reforço das capacidades entre os investidores e os meios de comunicação social ➤ Apoio aos meios de informação para trabalharem na transformação colaborativa ➤ Um Fórum Europeu dos Meios de Informação 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A partir do S1 2022 ➤ A partir do S2 2021 ➤ A partir do S2 2021 ➤ A partir do S1 2021
AÇÃO 4 – Impulsionar a inovação através de um espaço europeu de dados dos meios de comunicação social e incentivar a adoção de novos modelos de negócios	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Criar um espaço de dados dos meios de comunicação social para apoiar as empresas de comunicação social na partilha de dados e no desenvolvimento de soluções inovadoras ➤ «European Media Outlook» [Perspetivas dos meios de comunicação social europeus] 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A partir do S1 2022 ➤ A partir do S2 2021
AÇÃO 5 – Promover uma coligação industrial europeia de realidade virtual e aumentada (RV/RA)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Coligação da indústria de RV/RA para estimular a cooperação entre os setores da indústria e assegurar a liderança europeia ➤ Lançamento de um laboratório de meios de realidade virtual para projetos relativos a novas formas de narrativa e interação 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ S2 2021 ➤ A partir do S1 2022

AÇÃO 6 – Rumo a um setor dos meios de comunicação social com impacto neutro no clima	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Um fórum de cooperação estruturada com a indústria e fundos cinematográficos e audiovisuais (sub)nacionais 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A partir do S1 2021
AÇÃO 7 – Rumo a uma maior disponibilidade de conteúdos audiovisuais em toda a UE	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lançar um diálogo com a indústria audiovisual a fim de chegar a acordo sobre medidas concretas para melhorar o acesso e a disponibilidade de conteúdos audiovisuais transfronteiras na UE 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A partir do S1 2021
AÇÃO 8 – Promover os talentos europeus dos meios de comunicação social	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Novos programas de orientação para os talentos europeus dos meios de comunicação social ➤ Centros de formação no âmbito da vertente MEDIA que proporcionem formação prática intensiva a jovens profissionais dos meios de comunicação social ➤ Campanha sobre a diversidade diante e detrás da câmara ➤ Um portal para o mercado MEDIA («MEDIA market gateway») para proceder à prospeção das empresas em fase de arranque mais promissoras da Europa ativas no setor dos meios de comunicação social e ajudá-las a prosperar ➤ Laboratórios de inovação criativa abertos a empresas em fase de arranque e a empresas jovens de acelerado crescimento 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A partir do S2 2021 ➤ A partir do S1 2022 ➤ A partir do S2 2021 ➤ A partir do S1 2021 ➤ A partir do S2 2021
AÇÃO 9 – Capacitar os cidadãos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aplicação prática das novas obrigações em matéria de literacia mediática da Diretiva SCSSA (conjunto de instrumentos de literacia mediática e orientações destinadas aos Estados-Membros) ➤ Apoiar a criação de serviços de agregação de conteúdos de comunicação social alternativos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ T4 2021 ➤ A partir do S2 2022
AÇÃO 10 – Garantir o funcionamento do mercado europeu dos meios de comunicação social	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Reforçar o quadro de cooperação entre reguladores europeus dos meios de comunicação social no âmbito do Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A partir do T1 2021