

INTERVENÇÃO – MARGARIDA BALSEIRO LOPES
CONFERÊNCIA “FINANCIAMENTO DOS MEDIA”
SINDICATO DOS JORNALISTAS

Quero começar por agradecer o convite e por felicitar o Sindicato dos Jornalistas por esta organização. Com o Alto Patrocínio do Senhor Presidente da República que tem vindo, aliás, ao longo dos últimos anos a chamar a atenção para o problema do financiamento dos Media.

Esta é, naturalmente, uma questão que me preocupa. Como responsável política para quem uma imprensa forte e livre é um pilar essencial da nossa Democracia. Como cidadã para quem o pluralismo e a diversidade são imprescindíveis para uma real e efetiva liberdade de imprensa. E, permitam-me a nota pessoal, também como filha de um jornalista já aposentado, de um pequeno jornal local, com quem aprendi que a melhor forma de garantir a independência da imprensa é fazer com que esta dependa dos seus leitores, dos seus ouvintes, ou dos seus espectadores, para que nunca fique dependente ou condicionada pelo poder político ou por interesses económicos.

E sendo o Financiamento dos Media uma questão central, há três dimensões que me parecem que devem ser tidas em conta. Em primeiro lugar, a crise que afeta o setor, em segundo lugar se o Estado deve ou não ter um papel para a sua resolução e, por fim, qual é que deverá ser o papel do Estado.

A crise no setor entrou na agenda política quando o Senhor Presidente da República falou a primeira vez sobre o tema. Mas há muitos anos que a crise aí está, da imprensa local à imprensa nacional, dos jornais, às televisões.

O panorama dos media em Portugal, devido a condições objetivas, nomeadamente económicas e financeiras, continua a agravar-se e a colocar em causa a sobrevivência de órgãos de comunicação social, em especial do setor da imprensa.

Designadamente, a comunicação social local e regional, que desempenha um papel altamente relevante, não só no âmbito territorial a que naturalmente mais diz respeito, mas também na informação e contributo

para a manutenção de laços de autêntica familiaridade entre as gentes locais e as comunidades de emigrantes espalhadas pelo mundo.

De facto, há várias razões que ajudam a explicar a crise do setor. A inovação tecnológica e consequente mudança que impôs ao próprio modelo de negócio a ser desenvolvido em todo o setor. A migração do papel para o digital, com a consequente queda das vendas, colocou em causa a viabilidade financeira dos modelos tradicionais. A multiplicação brutal de emissores de informação e o alcance global das novas plataformas digitais. E se por um lado, se verifica uma queda das receitas, por outro, são crescentes as necessidades de investimento com a migração para o suporte eletrónico e com a respetiva formação. De destacar ainda alterações nos hábitos de consumo da informação, mas também uma alteração profunda das condições de mercado.

As empresas de imprensa em Portugal enfrentam, por isso, uma situação económica difícil: não conseguem monetizar a distribuição digital dos seus conteúdos jornalísticos e as receitas publicitárias estão em queda acentuada. O próprio abandono do papel levou ao abandono de uma filosofia de consumo pago, porque se gerou e propagou a ideia que no online tudo é de graça

Há experiências de algum sucesso no que toca a jornalismo pago na internet, mas esta receita não pode ser replicada de forma descontextualizada a toda a oferta jornalística e tem sido muito difícil conseguir que os leitores se disponham a pagar por informação online de uma forma generalizada. Uma das áreas de investigação científica em desenvolvimento tem justamente a ver com a identificação de fatores que levem os leitores a pagar por informação noticiosa online.

I. Deve o Estado ter um papel na resolução do problema?

O papel do Estado relativamente a esta matéria deve ser o de, antes de mais, proteger e promover a independência e o pluralismo dos Media. O de promover a sustentabilidade do financiamento, o que é substancialmente diferente de deixar a Imprensa dependente ou procurar condicioná-la por transferências (ou cativações) orçamentais, ou colocá-la à mercê da vontade política. É aqui fundamental distinguir o Governo, com as suas legítimas preferências políticas, do papel do Estado a ser desempenhado nesta matéria.

Quando o PSD esteve no Governo e a respeito da televisão pública procurou nas opções que tomou deixar isso claro. Rejeitando um financiamento que estivesse dependente da decisão anual do decisor político, para que a contribuição audiovisual fosse diretamente para a televisão pública. E encontrando um modelo de governo em que as orientações estratégicas definidas devessem ser transparentes, e relativamente impermeáveis à intervenção política. A Criação do Conselho Geral Independente resulta da adoção de um modelo assente num órgão independente de supervisão interna, com vista à desgovernamentalização da empresa.

A verdade é que a fragilidade da comunicação social representa riscos de captura pelo poder político e por interesses económicos

Há várias razões que justificam a intervenção pública neste domínio. Há características do bem público que tornam a sua adequação exclusiva a puras regras de mercado difícil de concretizar. E o interesse público da liberdade de imprensa tem de ser garantido numa Democracia.

Respondendo afirmativamente à questão se o Estado deve ter uma intervenção, há que salvaguardar sempre os limites dessa intervenção.

Deve o Estado apoiar financeira e diretamente a comunicação social privada?

O caminho deve passar por alargar as fontes de financiamento e potenciar todas aquelas que decorrem do alargamento da base de leitores, ouvintes ou espectadores, ao invés do recurso aos subsídios. Ou seja, o caminho é o de multiplicação da vontade livre dos cidadãos para escolher o seu órgão de comunicação social.

O limite da intervenção do Estado é sempre o da liberdade, sob pena da intervenção ser ela própria a negação da liberdade e uma instrumentalização.

II. Qual deverá ser o papel do Estado?

O PSD já apresentou algumas soluções que são intervenções públicas possíveis, mas que não interferem com a independência e pluralismo que devem sempre estar salvaguardados.

Em primeiro lugar, sendo Portugal um país particularmente atingido por todas estas tendências, é também um país com uma tradição de baixos

hábitos de leitura, onde é particularmente relevante o reforço do incentivo à leitura. Para a promoção dos hábitos de leitura, o PSD já propôs para o Orçamento do Estado para 2019 a dedução em sede de IRS, com a aquisição de publicações periódicas. Com efeito, a imprensa em especial a imprensa regional e local desempenha um papel altamente relevante, não só no âmbito territorial a que naturalmente diz mais respeito. Nunca é demais lembrar que a asfixia da imprensa local e regional constitui uma ameaça para a Democracia e um constrangimento à afirmação dos costumes, da cultura, dos valores e das tradições locais e regionais. O que o PSD já propôs, e que vai ao encontro das soluções também defendidas pelas associações do setor, pretende fomentar e estimular a aquisição de publicações periódicas, sendo um primeiro passo para o relançamento das condições de sustentabilidade das empresas editoriais de jornais e revistas.

Em segundo lugar, o PSD também propôs que exista uma majoração para efeitos de IRC das despesas com publicidade na comunicação social. A diversificação das fontes de publicidade é determinante e esta proposta pretende fomentar as receitas provenientes da publicidade.

Estas são propostas que vão ao encontro da necessidade imperiosa de um plano para a sustentabilidade das empresas editoras de jornais e revistas e das preocupações e propostas que as associações do setor têm proposto anualmente em sede de discussão orçamental. É, obviamente, um ponto de partida para a discussão.

Importa ainda recordar que a comunicação social de âmbito regional e local enfrenta todos os problemas do sector, de forma porventura agravada pelo impacto das assimetrias de desenvolvimento do território: é fundamental pensar na diferenciação nos territórios de baixa densidade populacional.

Como afirmou o Senhor Presidente da República, uma “comunicação social em crise é uma democracia em crise”. E há duas certezas que todos subscrevemos. Que a cultura política de um país é também em parte produzida e reproduzida pelos Media. E que a liberdade de imprensa, o pluralismo e a diversidade são fundamentais na nossa Democracia.