

Caros colegas,

Muito obrigada pelo convite para estar aqui hoje. Discutir o financiamento dos media, e a sua sobrevivência, é hoje sem qualquer dúvida a prioridade mais importante em Portugal e por todo o mundo, e por isso felicito o Sindicato pela escolha deste tema para a Conferência.

É chover no molhado dizer que os problemas com que os media se confrontam hoje são enormes.

A internet determinou uma revolução do modelo de negócio dos média, que em conjunto, cometeram o maior ato kamikaze do mundo: começaram a oferecer os seus conteúdos como se eles não tivessem valor. Só podia correr mal...

Resultado: Estamos perante três grandes desafios.

1º Desafio: Ser a pérola num gigantesco palheiro

Há 7,6 mil milhões de pessoas no mundo e cada uma delas é um potencial produtor de “conteúdos”. Hoje, tudo é conteúdo... Os “especialistas”, comentadores e influenciadores, que rivalizam com notícias e com os OCS, estão por todo o lado.

Os órgãos de comunicação social têm de ser a pérola escondida no meio de catadupas de palha e mais palha. Temos de ser relevantes, temos de informar e não entreter (para isso estão lá os outros todos), temos de, mais do que nunca, focarmo-nos no que nos distingue: fazer informação isenta, rigorosa, criteriosa, séria – e trabalhar para o bem comum.

2º Desafio: Manter os valores essenciais do rigor e da isenção

Num mundo de superficialidade e fake news, o jornalismo de qualidade, **jornalismo de referência, jornalismo credível, isento e distintivo**, é mais importante do que nunca.

Sou daquelas que gosta de olhar para o copo meio cheio, e por isso acredito mesmo que isto pode ser uma boa oportunidade para os média se distinguirem de tudo o que há por aí.

3º Desafio: Resistir, sobreviver.

Temos hoje:

- Queda abrupta de receitas publicitárias
- Queda abrupta de receitas de circulação (vendas em banca e assinaturas)
- Singelo retorno do digital – apesar da enorme audiência que conseguimos alcançar, a esmagadora maioria das receitas vai para os players globais como a Google e o Facebook, que abocanham a parte de leão das receitas publicitárias – usando conteúdos alheios!

Estamos todos a tentar emendar a mão e a impor paywalls, recuperando o velho modelo das assinaturas e subscrições que sempre foi o da Visão, mas este é um caminho lento e muito difícil.

Resumindo: faliram os modelos de negócio tradicionais dos média

E ainda são muito poucos (raríssimos, e normalmente enormes players globais e em inglês) os que conseguem compensar com o digital a erosão dos lucros na circulação e na publicidade em papel, e poucos os negócios de base apenas digital que se conseguem realmente pagar.

Além do mais há algo a que chamo de “Paradoxo da relevância”: quanto mais relevante e importante a história, menos retorno financeiro ela traz. Isto é doloroso para quem tem como missão fazer jornalismo relevante.

Dois exemplos: duas grandes cachas, que ditaram a agenda mediática – como a da necessidade de **obras urgentes na Ponte 25 de Abril ou os esquemas de favorecimento na reconstrução de Pedrógão**, investigadas por equipas da VISÃO durante semanas e nos quais investimos bastante –, renderam no online pouco mais de 100 euros cada.

Entretanto foram picadas e copiadas por todos os outros meios, “nacionalizadas” – hoje num ápice as grandes histórias deixam de ter “propriedade”.

Já historietas insignificantes virais podem render muito mais no digital: 300, 400, 500 euros. Mas não queremos nem podemos ficar reduzidos a elas!

Chegamos portanto aqui: A situação financeira da maioria dos órgãos de comunicação social, de imprensa e não só, é confrangedora, nalguns casos aflitiva.

A grande dúvida é esta: **fazer jornalismo de qualidade tem um preço, como é que ele se vai pagar?**

Detesto pessimismos, mas acho que corremos o risco de, a prazo, deixarmos de ter jornalismo independente e pluralista: podem sobrar os projetos puramente políticos ou com uma agenda própria, os projetos pagos por mecenato, e os que fazem tudo menos jornalismo. E isso é uma ameaça séria para a democracia.

Nós na VISÃO e na Trust in News estamos a fazer a nossa parte de adaptação aos novos desafios: apostar em diversificar, explorar o valor das nossas marcas e lançar produtos diferenciados e especializados. Sempre com foco na qualidade, sem ceder no fundamental: princípios éticos e deontológicos dos jornalistas.

Mas considero que **é mesmo fundamental, para todo o setor, pensar seriamente num plano de apoio para os média**, tal como aconteceu noutros países, que deve ser implementado o mais depressa possível - ainda neste Orçamento de Estado.

E é por isso que a Trust in News já apresentou, junto do Governo e junto do Presidente da República – que tão bem e há tanto tempo tem insistido nesta tema e o colocado na agenda política –, um conjunto de ideias e propostas gerais que beneficiariam **todo o setor**.

Há dois tipos de medidas possíveis de apoio aos média: **os financiamentos diretos e as ajudas indiretas**. Não queremos, ninguém quer, financiamentos diretos – ao assentarem em decisões administrativas discricionárias, toldam-nos a fundamental independência e a liberdade.

Mas há inúmeras soluções possíveis, algumas testadas internacionalmente, que, indiretamente, se traduzem em incentivos à leitura e em poupanças de custos imediatas para as empresas de média. Propusemos coisas como:

- **Grande campanha nacional de educação para a cidadania**, explicando que a informação tem valor, que é preciso pagá-la e que cabe a todos contribuir. Há uma iliteracia digital enorme!
- **Cheque Assinatura** que permitiria assinar um OCS à escolha, em papel ou digital
- **Porte pago para as assinaturas em papel**, um suporte ainda preferido por muitos portugueses mas que encarece muito a assinatura.
- **Medidas de incentivo ao mecenato de empresas** para oferta de edições ou assinaturas de OCS (inclusão de cláusula específica no Estatuto do Mecenato).
- **Comparticipação pelas empresas de telecomunicações das despesas dos OCS com comunicações**, redes dedicadas e equipamentos de telecomunicações.

>> Os efeitos de nada ser feito são potencialmente avassaladores: em causa está o risco do fim do pluralismo e da informação independente. E este não é um setor qualquer: a informação livre é um dos pilares de uma democracia sólida. E por isso urge agir.

Obrigada.