

Senhor Secretário de Estado da Cultura, Cinema e Audiovisual

Senhora Presidente do Sindicato dos Jornalistas

Estimados membros do painel

Meus caros amigos e colegas jornalistas, alguns dos quais são uma referência incontornável para o jornalismo português

Começo por citar um escritor maldito, embora de culto, Charles Bukovski: os homens inteligentes estão cheios de dúvidas e os estúpidos cheios de certezas.

Ora nesta sala temos seguramente só pessoas inteligentes. E essas pessoas sabem que a para resolver a crise da comunicação social que grassa por todo o mundo não existe uma bala de prata. Não há uma única solução mas várias medidas que podem ser tomadas para minorar essa crise.

Sabem também que a necessidade de enfrentar este problema resulta do facto de que o que está em jogo é uma questão da defesa dos valores em que assentam as sociedades democráticas.

Não é possível encolher os ombros quando fecha um jornal, uma rádio ou uma televisão, considerando que se trata do livre jogo do mercado. Se quando um homem morre é uma biblioteca que arde, quando um órgão de comunicação social desaparece é mais um pilar da nossa democracia que cai.

E não se trata aqui de escolher entre setor público e privado. Para que exista uma informação livre, isenta, independente e plural é necessário que os dois setores coexistam e se mantenham saudáveis do ponto de vista financeiro.

Todos sabemos contudo que esta crise veio para ficar. Os jovens com menos de 30 anos interiorizaram que a informação de que dispõem lhes chega e sobra e que aquela que pretendem consumir é gratuita. Para eles é impensável pagar para ter acesso a informação e estão apenas disponíveis para pagar quando querem ter acesso ao entretenimento que encontram na Netflix, HBO ou Filmin desta vida.

E assim em todo o mundo os órgãos de comunicação social estão a perder leitores, espetadores e ouvintes. Mas também estão a perder publicidade, que foge para os motores de busca como o Facebook e o Google.

Ora como estes conseguem atrair essa publicidade porque disponibilizam a quem os consulta os conteúdos produzidos pelos órgãos de comunicação social tradicionais é mais que justo que, no plano europeu, se encontre uma resposta que obrigue essas plataformas a devolver 25% do que faturam em cada país, montante que seria canalizado pelas entidades públicas para os media. Mas não tenhamos dúvidas que isso será difícil, será uma longa e dura batalha e só será possível através no quadro da União Europeia, através da Comissão, em coordenação com os Estados-membros. Este problema não é resolúvel individualmente.

Depois, há outro tipo de apoios públicos, alguns que estão em vigor e outros que estão em estudo, como aqui referiu o Secretário de Estado da Cultura, Cinema e Audiovisual. Há contudo um debate que será sempre muito difícil de fazer: como é que se podem apoiar os órgãos de comunicação social sem que haja a tentação de condicionar a informação que produzem ou pelo menos a suspeita de que isso se pode estar a verificar?

A Lusa é a única multinacional de informação em língua portuguesa. Está presente em cinco continentes e 21 países. Produz entre 500 a 50 notícias por dia e disponibiliza cerca de 2000 fotos, além de áudios para as rádios e vídeos para as televisões. O nosso banco de dados contém mais de 13 milhões de conteúdos. A Lusa não concorre com os órgãos de comunicação nacionais, locais ou regionais. Pelo contrário, é um suporte fundamental da sua atividade e tem vindo a ter um papel cada vez mais importante nessa missão, dada a crise que afeta os media nacionais e os dos países africanos de língua oficial portuguesa. Todos os media nacionais são seus clientes. Está, pois, em excelente posição para o que vou propor.

A proposta que trago aqui – e que contribui para minorar os problemas – é que a Agência Lusa passe a fornecer gratuitamente aos seus clientes um pacote informativo em texto e áudio. Isso afasta de imediato qualquer suspeita que possa existir de condicionamento dos órgãos de comunicação social; e evita um debate político que rapidamente ficaria inquinado.

Mais: a Lusa poderá fornecer gratuitamente o mesmo pacote a órgãos de comunicação social das comunidades portuguesas e dos países africanos de língua oficial portuguesa. Seria seguramente uma ação diplomática importantíssima de consolidação dos laços de Portugal com os países da lusofonia, tanto mais

quanto a Lusa tem como sua missão defender os interesses estratégicos do Estado português e a língua portuguesa. E seria fundamental para fortalecer a informação nacional junto das comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo.

Para isso, contudo, a Lusa necessita que o seu contrato-programa com o Estado seja revisto e passe a assentar nas seguintes bases:

1. Que o contrato seja debatido na Assembleia da República e suportado pela maior parte das forças políticas representadas no Parlamento. Sem esse respaldo político, que reconheça o papel fundamental da Lusa no combate à crise da comunicação social em Portugal e nos países africanos de língua oficial portuguesa, não faz sentido que esta proposta avance.
2. Que seja um contrato a dez anos, para dar estabilidade financeira à empresa e capacidade de definir estratégias a médio/longo prazo. E que esse contrato não seja subvertido por regras financeiras que, na prática, levam a que no papel esteja um valor mas que na prática esse montante seja sempre inferior ao acordado.
3. Que face ao atual envelope financeiro que a Lusa recebe, mais as receitas próprias que deixaria de receber, o valor do contrato-programa seja de 20 milhões de euros.

4. Que obviamente se mantenha a total independência editorial da Agência. A Lusa é uma agência pública mas não é uma agência oficial. Em matéria editorial, não responde ao Governo, à administração central ou local ou a qualquer outro poder. A Direção de Informação da Lusa rege-se exclusivamente por critérios editoriais e tem total autonomia para tomar decisões nessa matéria. Esta proposta, a ser aceite, nunca poderá colocar isso em causa.

Nicolau Santos

2.12.2019

Intervenção na conferência «Financiamento dos Media»,
organizada pelo Sindicato dos Jornalistas

Cidadela de Cascais