

**Intervenção do Secretário de Estado do Cinema, Audiovisual e Media na  
Conferência *Financiamento dos Media*  
Lisboa, 2 de dezembro de 2019**

Exma. Senhora Presidente do Sindicato dos Jornalistas, Dra. Sofia Branco,  
Exmos. Senhores Conferencistas,  
Exmas. Senhoras, Exmos. Senhores,

**[Vale versão lida]**

É com muito prazer que participo na sessão de abertura desta Conferência dedicada ao tema do *Financiamento dos Media*. Felicito o Sindicato dos Jornalistas pela organização deste fórum, que representa uma iniciativa de mérito na discussão pública em redor deste tema fundamental, bem como as demais entidades presentes e participantes.

O convite inicial para participar nesta conferência foi-me feito anteriormente à minha nomeação como Secretário de Estado do Cinema, Audiovisual e Media, convite que aceitei. Nestas novas funções, o convite foi-me de novo endereçado, agora para participar nesta sessão de abertura e queria, por isso, dizer que se este tema sempre me interessou, como ator cultural e cidadão, ele agora empenha-me enquanto membro do Governo com uma responsabilidade acrescida relativamente às questões que se colocam aos Media.



Refiro-me a esta circunstância também porque sempre me pareceu ter relevância e um valor acrescido a criação de uma pasta governativa concreta com responsabilidade pela Comunicação Social, da mesma forma que me parece não menos pertinente a sua integração na área da Cultura. A Comunicação Social integrada na área governativa da Cultura não é uma mera arrumação de circunstância, como também não o é na mesma pasta que junta o Cinema e o Audiovisual. Acredito que no presente e para o futuro estas áreas se complementam e interligam e que uma perspetiva integrada destas formas de comunicação tem vantagens acrescidas.

A nossa vida em sociedade é cada vez mais mediatizada por um sistema complexo de redes de informação, entretenimento e ficção. Em tempos eram os jornais, os cartazes, as rádios, os cinemas, a televisão. Hoje, com a digitalização e a universalidade da internet, o sistema de redes ganhou uma tremenda complexidade.

Desenvolver projetos média que ambicionem duração e presença diária: jornais, rádios, estações de televisão, marcas de comunicação, agregadores de conteúdos e comunidades, exige novas abordagens.

Já não chegam declarações de princípios, objetivos e estratégias. É necessário e fundamental um desenho (no sentido de design) estratégico de conteúdos que tenha em conta todas as variáveis de tempo, lugar e função do projeto. E um modo de financiamento e sustentabilidade do que podemos definir como novas ágoras, lugares públicos de encontro para a discussão livre, independente e, no que é essencial, informada pelas

práticas do jornalismo, por oposição às práticas de desinformação disseminadas pelas novas redes sociais.

Em síntese, esta Secretaria de Estado do Cinema, Audiovisual e Media é uma afirmação política, um sinal distintivo deste Governo, que valoriza os media, todos os media livres, independentes e democráticos, e entre eles o papel central do serviço público de rádio e televisão da RTP e o da Agência Lusa como elementos fundamentais para a Cultura, sim, mas sobretudo como estruturantes da Democracia.

*O Financiamento dos Media* não é apenas um dos debates do momento. É um dos debates do futuro. A desinformação é uma das mais sérias ameaças do nosso tempo, capaz de minar a credibilidade das instituições democráticas, destruindo a confiança dos cidadãos nas instituições e na própria existência de um jornalismo livre, isento e rigoroso. Não há democracia sem uma comunicação social que informe com liberdade e com rigor, nos ajude a pensar, a escolher, a decidir. Que atue como ferramenta para a cidadania, formando públicos informados, críticos, instruídos e capazes de participar ativamente no debate político, social e cultural, suscitando novas questões, desafiando novas respostas, criando novas exigências.



Esta ideia não carece de diagnóstico, embora não se resolva com respostas óbvias nem com soluções únicas ou isoladas. A estratégia a seguir tem de ser integrada e articulada em diálogo com o setor.

Estou neste lugar há um mês. Iniciei o diálogo. Tenho falado com diversas associações, grupos e jornalistas e estamos a estudar as propostas e o que está a ser feito noutros países.

Mas, sem prejuízo de um debate profundo e alargado que sirva de base para respostas consensuais a médio e longo prazo, construídas entre o Governo, o setor dos media e a sociedade civil, existem algumas ideias para consensos que devemos começar a construir desde já que me parecem importantes e que procuraremos desenvolver nos próximos tempos.

As áreas de ação são: a imprensa local e regional; a imprensa de âmbito nacional; o plano nacional de literacia mediática; as campanhas de sensibilização dos cidadãos; a elaboração de uma estratégia de acompanhamento e desenvolvimento do sector.

Uma linha de ação que julgo importante será a do estabelecimento e fixação de um conjunto de apoios à imprensa local, aquela que pela própria implantação no território e proximidade às comunidades, toca os temas de interesse local e apresenta temas nacionais e internacionais com o enfoque capaz de interessar os leitores regionais, contribuindo para a coesão social e territorial.

Quanto mais próximos estivermos das pessoas, quanto mais acessos lhes dermos, a todos os níveis, mais contribuimos ativamente para essa coesão: unir o território no que tem de diverso na sua oferta e na sua complementaridade.

É entre os órgãos da Imprensa Local que podemos hoje encontrar entidades históricas herdeiras de memórias e arquivos de relevo ímpar. Por todo o país conhecemos entidades fundadas há mais de cem anos, que existem, persistem, são escola de jornalismo, são, não raras vezes, polos culturais por excelência.

Os apoios à imprensa local consistem em incentivos à leitura, com uma comparticipação pelo Estado dos custos de expedição de publicações periódicas suportados pelos assinantes residentes no território nacional ou em território estrangeiro, e em incentivos do Estado à comunicação social regional e local, com várias tipologias, como o incentivo ao emprego e à formação profissional, o incentivo à modernização tecnológica, o incentivo ao desenvolvimento digital, o incentivo à acessibilidade à comunicação social, o incentivo ao desenvolvimento de parcerias estratégicas e o incentivo à literacia e educação para a comunicação social.

Um aspeto que gostaria de realçar é uma medida elementar, eu diria emblemática do que podemos fazer, que percebemos como uma necessidade de simplificação de procedimentos que vai, desejavelmente, diminuir a complexidade e a carga administrativa sobre os órgãos de

comunicação social. De facto, a legislação atualmente estabelece a obrigação de depósito legal de todas as publicações periódicas em papel, exigindo o envio de 14 exemplares de cada edição para a Biblioteca Nacional de Portugal.

Este procedimento implica custos para os órgãos de comunicação social e ocupa muito espaço de armazenamento na Biblioteca Nacional. Procuraremos propor, desta forma, a substituição dos exemplares em papel por exemplares em formato digital, que podem ser enviados por correio eletrónico.

Iremos avaliar outras medidas, alargadas às publicações de âmbito nacional e que têm sido amplamente propostas, como as que dizem respeito à oferta de assinaturas ou às deduções fiscais das assinaturas. Precisamos de analisar os custos e os seus impactos efetivos.

É também fundamental realçar o valor de uma educação com uma forte componente cultural, nomeadamente na área dos media, a qual fomenta o pensamento crítico e a comunicação. Neste aspeto em particular, poderemos desenvolver, em parceria com a área governativa da educação, um conjunto de medidas que promovam a literacia mediática, em especial dos jovens, procurando fomentar o pensamento crítico e as competências de leitura e de análise da informação.

Uma população informada, com capacidade crítica, nunca deixará de exigir, tanto dos governos como dos meios de comunicação, um trabalho ativo

contra as desigualdades políticas, económicas e sociais. É um objetivo que nos deve unir a todos e comprometer a todos.

O Governo tem dado uma atenção muito particular a este tema, seja com o projeto-piloto de literacia para os media, numa parceria entre a Direção-Geral da Educação, o Sindicato dos Jornalistas e o CENJOR, seja através do Encontro Nacional que desenvolveu e ampliou também a experiência e o conhecimento resultantes da implementação desse projeto.

Estas iniciativas não são isoladas, mas são, antes, fruto de uma parceria, que une Governo, academia e envolve profissionais do jornalismo e representantes do setor num mesmo objetivo partilhado, o de promover uma convivência democrática fundada numa comunicação social livre, e uma população formada e capaz de exigir e procurar informação séria.

Esta aposta na literacia mediática pressupõe um diálogo cada vez mais construtivo e participativo entre as tutelas da Cultura, da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior e da Educação, avaliando modelos curriculares e a apresentando propostas que introduzam nos projetos educativos a importância do papel dos meios de comunicação social na construção de uma sociedade que queremos mais plena e mais participativa.

Esta tarefa pode e deve ser partilhada. A promoção da literacia mediática é um trabalho que exige uma parceria alargada, que deve incluir também o

poder local, as Universidades e o setor privado, muito em especial, as Fundações e, claro, as plataformas de conteúdos. Todos, das mais diversas formas, beneficiamos do trabalho de um jornalismo livre, isento e rigoroso e, por isso, a educação para este valor fundamental é premente, como o é uma visão alargada da promoção da literacia, capaz de se alargar também a todos os setores da população e não apenas aos mais jovens.

Há um complemento importante entre o investimento em políticas de incentivo à leitura e à consciencialização de todos para distinguirem o que é o jornalismo profissional, com qualidades de investigação, de análise e de crítica, de rigor e de isenção, sensibilizando, em simultâneo, para aquilo que não é “informação”, mas opinião em rede amplificada, corrente de opinião desinformada.

Neste sentido, para além das medidas de fomento da literacia mediática, é essencial promovermos uma campanha de sensibilização, difundida por vários meios – como televisão, imprensa, rádio e meios digitais, cujo objetivo seja alertar os cidadãos para o facto de que a produção de conteúdos informativos é fundamental para a democracia, pelo que todos somos chamados a contribuir para este setor.

Não há uma solução para os media. Há múltiplas soluções.

Os órgãos de comunicação devem ter a iniciativa de as procurar mas, antes de mais, são os jornalistas que o devem fazer, procurando a melhor forma de o jornalismo sobreviver com e, sobretudo, para além dos modelos tradicionais.

Termino reiterando um aspeto que me parece estrutural. Não há uma solução unilateral, não há um percurso óbvio e único. O desafio que enfrentamos exige um compromisso plural entre Governo, setor, profissionais que nele trabalham e a sociedade civil, porque as respostas são para os cidadãos, são para todos.

Em 2017 o Washington Post adotou como lema a expressão “A Democracia Morre na Escuridão”. Os órgãos de comunicação social têm esta responsabilidade expressiva no contrato social, garantir que sobre o poder existe um foco de luz permanente. Essa luz é o jornalismo e a sua indagação da verdade.

A democracia não sobrevive também na ausência de debate, de compromissos alargados e de consensos. Espero que este fórum expanda este debate para lá destes dias e o projete. No Governo, de que esta Secretaria de Estado faz parte, é o que vamos fazer.

Votos de uma boa conferência.

**Nuno Artur Silva**