

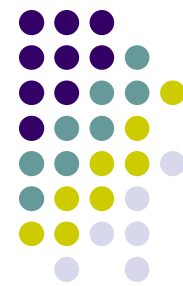


O Papel dos Meios de Comunicação Social Local e Regionais e Locais: desafios atuais e futuros

Assembleia da República.9 de Abril. 2013

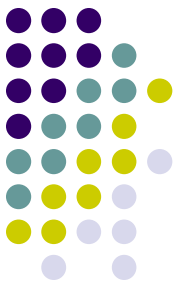
Paulo Faustino, PhD
faustino.paulo@gmail.com

Radiografia Geral, Papel e Desafios dos Media Regionais e Locais



- Lisboa e Porto absorvem cerca de 65 a 70% do consumo de jornais de informação geral, pelo que foram desses distritos a circulação não é significativa
- Os Media Regionais Locais constituem um bom substituto ou complemento dos media nacionais, quer como suporte informativo quer publicitário.
- No contexto de uma informação cada vez mais globalizada e padronizada, os Media Regionais e Locais são cada vez mais importantes.
- Os Media Regionais e Locais ainda estão subaproveitados nessas dimensões, incluindo junto o papel junto dos Luso-Descendentes (redescoberta das Raízes)
- Importância dos Media Regionais e Locais é também visível no crescimento de linhas de estudos e investigação e trabalhos académicos (teses).
- Os Media Regionais e Locais têm tido atenção por parte dos governos ao nível das Políticas Públicas e faz cada vez mais sentido aprofundar.

Breve diagnóstico Geral dos Media Regionais e Locais



Destacam-se alguns aspetos que têm contribuído para uma imagem menos qualificada dos media regionais e locais, nomeadamente:

- Recursos humanos pouco qualificados na área do jornalismo e gestão
- Pouca orientação para o mercado e marketing e comunicação do produto
- Elevada dispersão de empresas jornalísticas de âmbito regional e local;
- Reduzida dimensão do mercado e concentração do investimento publicitário.

Ao nível do investimento publicitário, alguns aspetos que têm inibido uma maior aposta, são:

- i) A imprensa regional e local tem estado mais focada internamente, sem ser suficientemente agressiva em iniciativas conjuntas com a comunidade;
- ii) A grande complexidade ao nível do planeamento que resulta, precisamente, da sua atomização e não tanto da sua importância como meio publicitário;
- iii) Grande fragmentação da imprensa regional e local que ascendia a cerca de 300 títulos

Breve Diagnóstico Económico e Financeiro dos Jornais Regionais e Locais



O *resultado líquido* das 155 empresas consideradas é negativo nos três anos considerados. Representa 22,6 % do universo das entidades proprietárias (680), e 50,3 (das empresas com obrigatoriedade de prestar contas).

O *prejuízo* oscila entre os 5 e os 6,6 milhões de euros, e o valor das receitas manteve-se quase estático, exceto em 2007, revelando a dificuldade de crescimento

A fonte de receitas mais expressiva são as prestações de serviços (onde se inclui a publicidade), representando cerca de 80,7% (2008) face ao total. Elevada dependência...

Indicadores	Ano			Evolução	
	2006	2007	2008	2008/06 (% / p.p.)	2008/06 (€)
Demonstração de Resultados					
Receitas (€)	121.331.672	126.052.248	122.439.298	0,9%	1.107.626
Vendas Mercadorias e Produtos	21.156.060	21.662.369	19.985.199	-5,5%	-1.170.861
Prestação Serviços	96.243.229	99.837.653	98.826.707	2,7%	2.583.478
Variação da Produção	69.860	57.446	-93.437	-233,7%	-163.297
Outros Proveitos e Ganhos Operacionais	3.862.522	4.494.780	3.720.829	-3,7%	-141.693
EBITDA (€)	12.703.778	11.209.064	10.734.232	-15,5%	-1.969.546
Margem EBITDA (%)	10,5%	8,9%	8,8%	-1,7 pp	
Resultado Líquido (€)	-5.043.642	-5.465.006	-6.579.596	-30,5%	-1.535.954

Breve diagnóstico dos Recursos Humanos dos Jornais Regionais e Locais



- Pode verificar-se uma ligeira tendência de crescimento no nº de trabalhadores no triénio em causa, nomeadamente de 2,64% de 2006 para 2008 – e de 0,99% de 2007 para 2008.
- O nº de trabalhadores médio por empresa manteve-se relativamente constante variando entre 10 e 11 efetivos, embora cerca de 37% tenha entre 1 a 3 colaboradores.

Quadro 3: Evolução do número de trabalhadores e média por empresa

	2006	2007	2008
N.º de Trabalhadores	1590	1616	1632
Valor médio por empresa	10,26	10,43	10,53

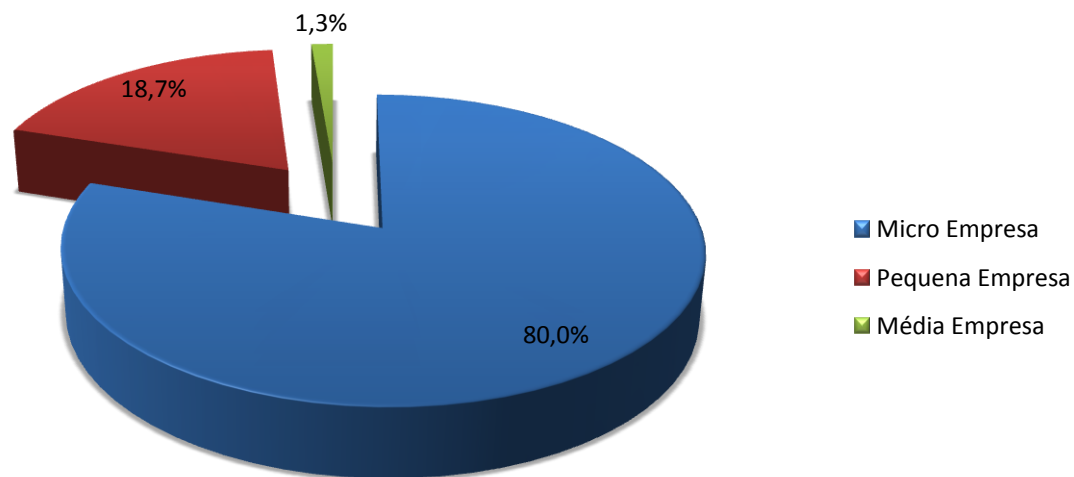
Breve Diagnóstico da Estrutura Empresarial dos Jornais Regionais e Locais



A esmagadora maioria das empresas pode caracterizar-se como microempresa.

Apenas 1,3% das empresas se podem classificar como médias.

Gráfico 5: Classificação das empresas da amostra segundo a dimensão (%)



Sintomas de crise dos media regionais e locais e nacionais

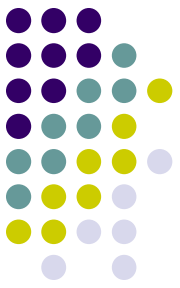


São vários os sintomas que podem denunciar uma crise com impacto visível no setor dos *media*, particularmente nas empresas de imprensa, incluindo de âmbito regional e local*, dos quais se salientam:

- (1) aumento acelerado e imparável dos custos de edição;
- (2) baixo crescimento da difusão e do nível de educação dos cidadãos;
- (3) concorrência crescente de outros meios de comunicação;
- (4) deficiente gestão empresarial e falta de orientação para o mercado;
- (5) progressivo desfasamento entre as receitas por vendas e os custos.
- (6) emergência de produtos substitutos, tecnologias e elementos disruptivos

* em rigor, os chamados jornais “circulação nacional” acabem por também concentração regional.

Incentivos Estatais, Políticas e o Interesse Público da Informação



Argumentos a favor do estabelecimento de subsídios aos Meios de Comunicação Social Regional e Local:

- Assegurar as liberdades de informação, expressão e coesão social;
- Assegurar o pluralismo de conteúdos e opiniões, não o condicionando a pressões de mercado;
- Incentivar a criação de uma opinião pública solidamente informada (literacias);
- Estimular e descentralizar o desenvolvimento cívico, político e cultural;
- Satisfazer as necessidades de grupos minoritários (linguísticos, étnicos, etc.)

Redução do Incentivo à Leitura (Porte Pago)



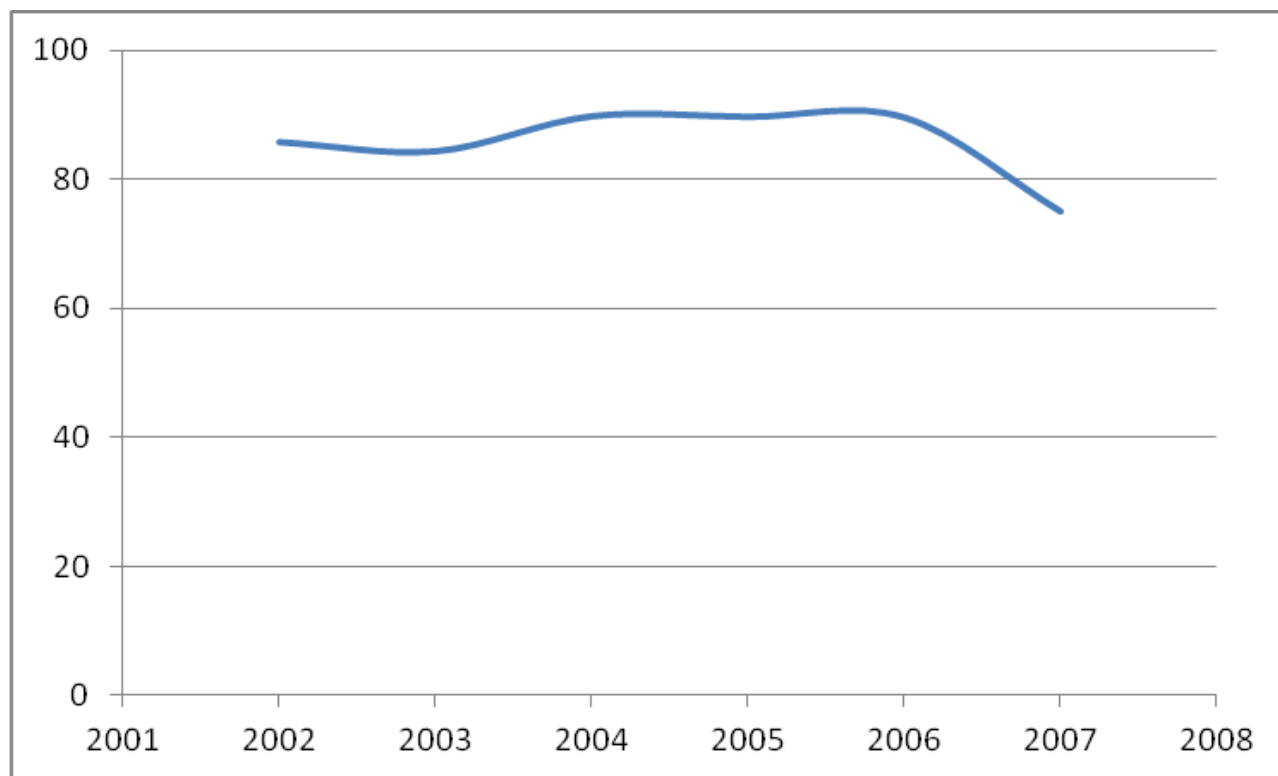
Ano	Nº de Publicações	Montante
1999	668	16.575,7
2000	717	16.154,8
2001	554	13.833,7
2002	570	13.660,2
2003	518	13.209,7
2004	537	12.806,8
2005	532	11.723,1
2006	434	11.677,6
2007	343	7.602,7
2008	274	5.649,5
2009	229	4.029,2

(em milhares de euros)

Fonte: GMCS

- A redução de cerca de 75% do Porte Pago (subsídio à leitura) entre 1999 e 2009.
- A circulação na vertente de assinatura tem vindo a diminuir na maior parte dos Jornais.

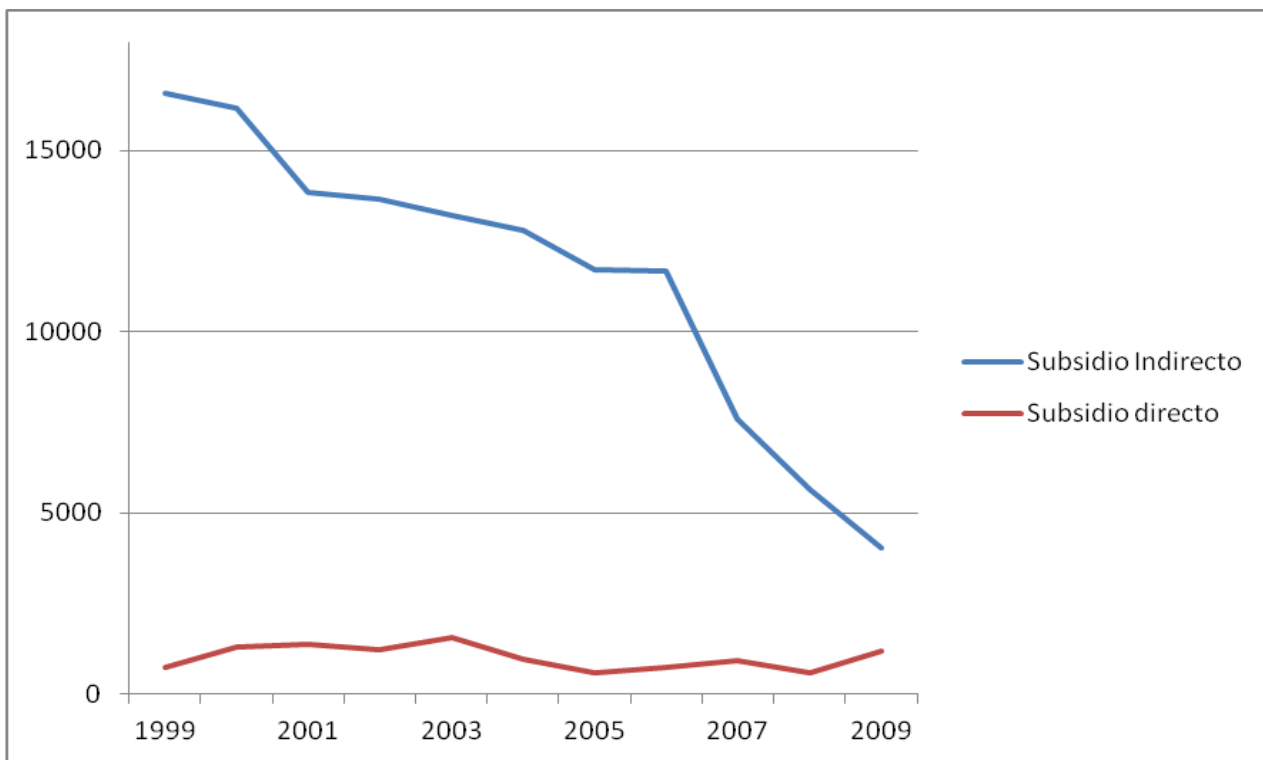
Impactos da Redução do Porte Pago nos Jornais



A redução do porte pago afetou negativamente a circulação dos jornais, medida pelo tráfego via CTT

Fonte: elaboração própria com base em informação dos CTT

Evolução desagregada dos apoios do Estado



Tendência de significativa redução, quer nos apoios indirectos, quer nos apoios directos.

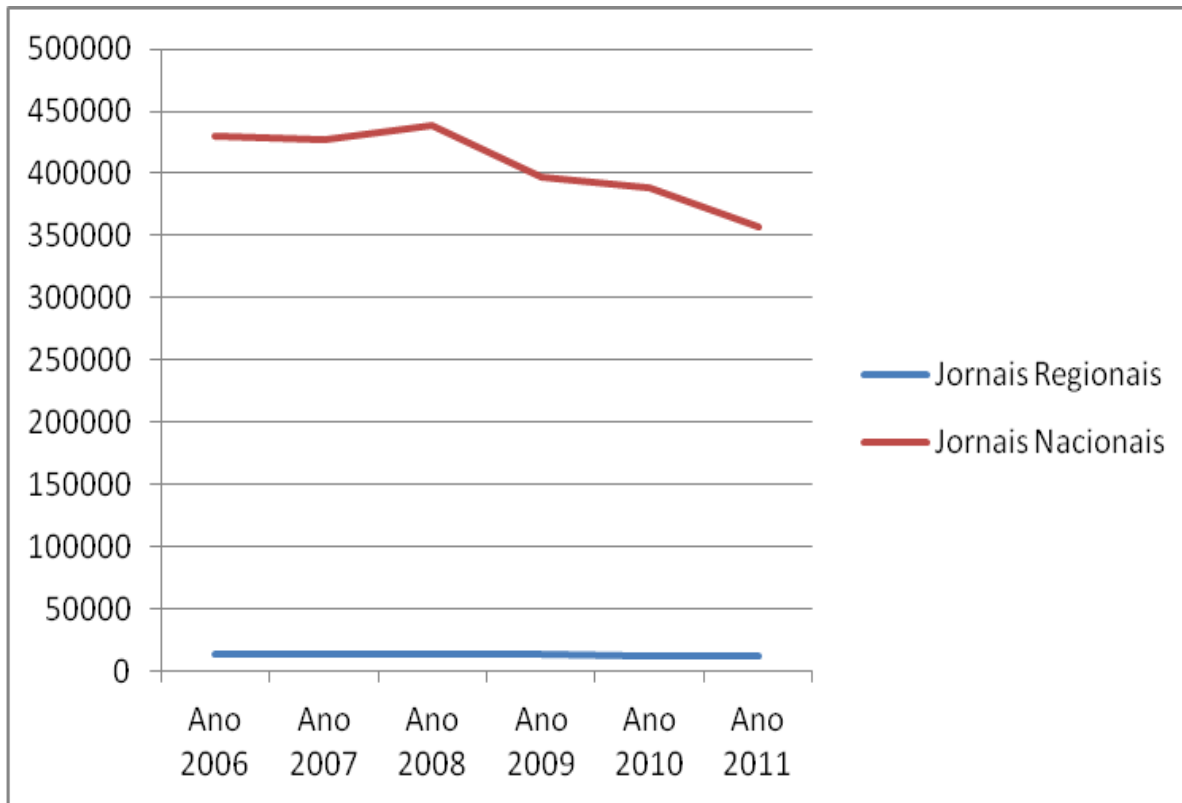
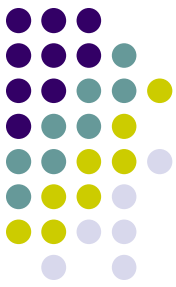
Nos subsídios indirectos (porte pago), a redução tem sido considerável desde 1998.

(em milhares de euros)

Fonte: Elaboração própria a partir de dados retirados do GMCS

Vendas em banca dos jornais regionais vs jornais nacionais

(média mensal)



Ideias – Chave:

- i) Do ponto de vista da circulação, os jornais regionais estão a resistir melhor à tendência geral de decréscimo.
- ii) Os jornais regionais são vendidos em banca mas também é muito importante a componente da assinatura.
- iii) A relação dos leitores com os jornais regionais é muito mais forte, fiel e o nível rotação da leitura por familiares é superior.

Apoios do Estado, Impactos e Promoção do Pluralismo da Informação



- **Resultados Económicos e Financeiros**

- Os impactos manifestam-se apenas numa lógica de curto prazo – e nunca visando a sustentabilidade futura da empresa;
- Os apoios nem sempre estimulam a competitividade; são as empresas mais competitivas as que mais facilmente aproveitam os subsídios.

- **Qualidade do Produto Jornalístico**

- Design e grafismo mais moderno;
- Conteúdos jornalísticos diversificados;
- Ampliação das plataformas de acesso.

- **Pluralismo e Diversidade de Vozes**

- Fomentou-se o aumento de uma apreciável diversidade de Jornais regionais e locais e de Rádios locais.

Conclusões



- **Modelos de Negócio**
 - Duas crises – conjuntural e estrutural. Falta de recursos aos media.
 - Incertezas nos modelos de negócio. Concentração da propriedade.
- **Modelo de Financiamento**
 - Fragmentação da publicidade: constrangimento aos media de massas
 - Novos serviços, marcas combinadas com outros negócios criativos
- **Impactos**
 - Os apoios foram e são importantes e têm gerado impactos positivos
 - É necessário rever os apoios em função das novas realidades e da crise.
- **Políticas Públicas**
 - Encarar os media e atividades criativas como drivers de desenvolvimento
 - Promover uma visão integrada para dinamizar os setor dos conteúdos
- **Estratégias de Crescimento**
 - Saturação dos mercados internos e necessidade de internacionalizar
 - Explorar melhor o cluster criativo no QREN e incluir apoios aos media

Conclusões



- Os dados evidenciam que se trata de um sector em dificuldades de natureza estrutural.
- As conclusões dos resultados aqui apresentados remetem-nos para várias análises que vão além da leitura do desempenho.
- Apesar da importância social e económica, a fragilidade das empresas é visível a vários níveis, nomeadamente:

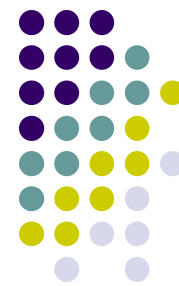
1. Degradação dos resultados líquidos
2. Reduzida dimensão das empresas
3. Baixo número de recursos humanos
4. Pouca diversificação do negócio
5. Elevada dependência da publicidade
6. Assimetrias de desenvolvimento regional
7. Dificuldades de financiamento e reconhecimento

Recomendações



- Desafiar as empresas de *media* regionais e locais a pensarem na elaboração de projectos mais ambiciosos, promover a cooperação- coopetition;
- Salvaguardar a possibilidade de empresas menos ambiciosas e com menor capacidade poderem apresentar projetos com menores níveis de investimento;
- Potencial partilha de conhecimento, mais orientado para a inovação e desenvolvimento estratégico das empresas como agentes de desenvolvimento;
- Pensar num modelo de apoio numa lógica mais abrangente de dinamização da industria criativa e conteúdos em Portugal num contexto de internacionalização.
- Prioridades estratégicas do QREN aplicáveis ao sector da Comunicação Social Regional e Local: qualificação; crescimento; coesão social; valorização do território.

Recomendações



Os apoios têm sido importante mas trata-se de uma atividade muito atomizada e a nível empresarial tem aspetos negativos. Tem havido esforço nas políticas públicas, mas é necessário reformar o modelo, em virtude de:

- Os impactos resultantes dos apoios aos *media* regionais e locais não estão a ser suficientes para tornar este subsetor mais dinâmico;
- Parte significativa dos apoios têm sido atribuídos para a aquisição de recursos básicos e não para atividades estratégicas.
- Os apoios contribuíram para o pluralismo de informação mas também para uma grande dispersão das estruturas e recursos que fragilizaram a atividade.
- É necessário empreender uma reforma que potencie melhor o efeito dos apoios existentes no GMCS, e se criem outros complementares, em articulação com outros programas (QREN).