



Pangemedia

Avenida Príncipe do Mónaco 5A
9500 - 237 Ponta Delgada

Exmo. Sr.

Deputado Hermâni Jorge
Presidente da Comissão de
Assuntos Parlamentares,
Ambiente e Trabalho da
Assembleia Legislativa Regional

Foi com alguma surpresa que verificamos que a Comissão Parlamentar a que V. Ex.a. preside solicitou parecer, alegadamente, a todos os órgãos de comunicação social sediados nos Açores, atinente ao Projecto de Decreto Legislativo nº 0004/2006 do PSD/A que define princípios para distribuição da publicidade institucional de cariz público.

Com efeito, lamentamos que a TVNET, órgão de comunicação social de periodicidade diária e registado no ICS com o número 124847, não tenha merecido por parte de V. Ex.a o mesmo tratamento que dispensou aos restantes OCS açorianos. Tal situação só pode ser, a nosso ver, justificável pela juventude da TVNET. Isto apesar da TVNET já estar a emitir desde o passado dia 16 de Dezembro e do seu surgimento ter sido notícia na generalidade dos órgãos de comunicação social nacionais e regionais ao nível da imprensa, da rádio e das televisões, tendo mesmo merecido destaque em alguma imprensa estrangeira. 90

Como deve V. Ex.a saber a TVNET é a primeira televisão portuguesa da Internet e, como tal, é reconhecida pelos mais variadas entidades do sector em Portugal. O prazo estipulado para apresentação de parecer já terá esgotado, mas de qualquer modo gostaríamos de forma sucinta – e ainda que não nos tenha sido solicitado – manifestar a nossa opinião sobre a matéria.

1. A publicidade institucional deve obedecer a critérios rigorosos que tenham em conta a utilidade pública da informação, de modo a que o recurso a este instrumento não seja um meio discricionário de adular as regras do mercado livre e concorrencial; É preciso, igualmente, que haja uma correcta definição do que se convencionou chamar "Publicidade Institucional". Publicidade Institucional é a promoção dos serviços dos organismos públicos, o que é diferente da publicidade que estes organismos são obrigados a fazer para anunciar "Concursos Públicos e Avisos" à população em geral.
2. A publicidade institucional deve ser utilizada para a promoção dos serviços públicos e não dos agentes e/ou titulares políticos que, naquele momento, ocupam cargos que são, necessariamente, transitórios;
3. A publicidade institucional não deve ser um recurso utilizado para favorecer e/ou castigar os OCS, conforme os titulares políticos apreciem ou não a linha editorial definida;
4. A distribuição da publicidade institucional deve ter em conta critérios de gestão rigorosa dos recursos financeiros públicos. (Os órgãos públicos não devem, nesta matéria, ter visões proteccionistas que, em última análise, penalizam o Estado e favorecem determinados interesses económicos de alguns órgãos de comunicação social. Isto é, a distribuição da Publicidade Institucional deve ter em conta instrumentos de mercado como sejam: o custo por contacto, a circulação do OCS, o universo abrangido e a periodicidade. Nos casos da imprensa, deve igualmente ter em conta o número das assinaturas efectivamente pagas bem como os indicadores das vendas em banca. Porque pode ocorrer que a distribuição geográfica de jornais não corresponda índices de leitura com uma verdadeira dimensão regional, perdendo-se, deste modo, a eficácia pretendida pelos organismos públicos.
5. A distribuição da publicidade institucional deve também ter um peso menor nas estruturas empresariais da generalidade dos órgãos de comunicação social. Para o efeito, o Governo e as Câmaras devem ter em conta, para a promoção dos seus serviços e eventos, a divulgação electrónica em sites próprios, poupando a Região centenas de milhares de euros. (Evidentemente que os anúncios de "Avisos" e "Concursos

Públicos” – que não devem ser considerados Publicidade Institucional – têm que ser colocados nos jornais de maior expressão, em número de tiragem e de cobertura territorial efectiva).

6. Os titulares de órgãos públicos devem ter o máximo cuidado na execução orçamental e devem dar especial atenção à revolução de hábitos de consumo informativo que já se regista um pouco por todo o mundo. A este propósito, consulte-se a informação relativa ao ano de 2005 da APCT - Associação Portuguesa de Controlo de Tiragem e Circulação, (como sabe não existem indicadores independentes nos Açores).
7. Segundo os dados divulgados no passado mês de Março pela APCT, os cinco diários generalistas portugueses fecharam o ano de 2005 em queda no que diz respeito às respectivas médias de circulação paga. Comparativamente aos índices de vendas alcançadas em 2004, o segmento apresentou, no seu conjunto, uma quebra na ordem dos 7,2%, em 2005, percentagem que representou menos 26.256 exemplares vendidos diariamente.

Correio da Manhã (-1,9%);
Jornal de Notícias (-14,5%)
Público (- 4,3%)
24horas (-1,8%)
Diário de Notícias (-12,8%).

8. O mesmo fenómeno de diminuição de vendas também se verifica nos periódicos semanais, sendo a única excepção a revista Sábado.

Expresso (- 3,5%)
Tal e Qual (-25,9%)
O Independente (-18,8%)
Visão (- 5,1%)
Sábado (+ 35,3%)
Fócus (-29,2%)

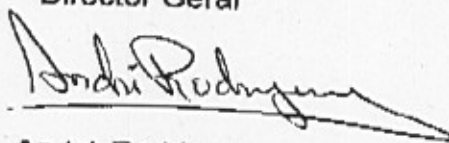
9. A semelhança do que já aconteceu no Continente – onde o Governo e vários organismos públicos já recorrem às mais vultuosas do desenvolvimento tecnológico, também nos Açores – e por maioria de razão, dada a descontinuidade territorial, a Internet deve assumir uma aposta central na promoção dos serviços públicos. Recorde-se, a este propósito, os recentes anúncios do Governo da República que já fez saber que o recurso à Internet irá possibilitar a redução significativa de custos na administração pública. Acresce a este objectivo, o facto de os índices de consumo de Informação na Internet estarem a subir exponencialmente nos últimos anos. Ainda neste âmbito, as autoridades públicas regionais e locais não devem esquecer o propósito da União Europeia de fazer com que cada cidadão tenha acesso à banda larga até 2012, revelando também a primazia dada aos suportes de informação online.

Sobre a matéria em apreço, e dada as circunstâncias supracitadas, fica registado, de forma muito breve e sintetizado, o parecer da TVNET – A primeira Televisão Portuguesa da Internet.

Com os melhores cumprimentos,

Cordialmente,

Director Geral



André Rodrigues

Ponta Delgada, 31 de Março de 2006

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DA REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES	
ARQUIVO	
Entrada	1002 Proc. Nº 105
Data:	06 / 04 / 06