

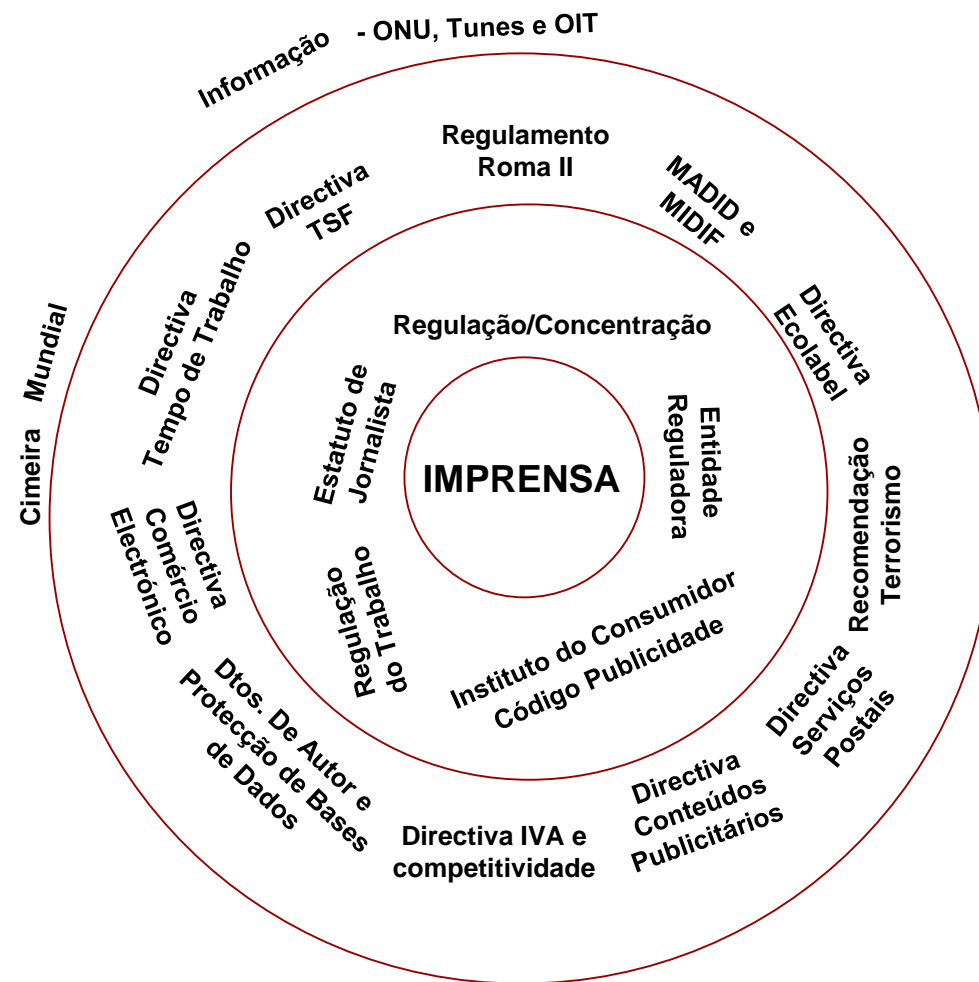


ASSOCIAÇÃO
PORTUGUESA
DE IMPRENSA

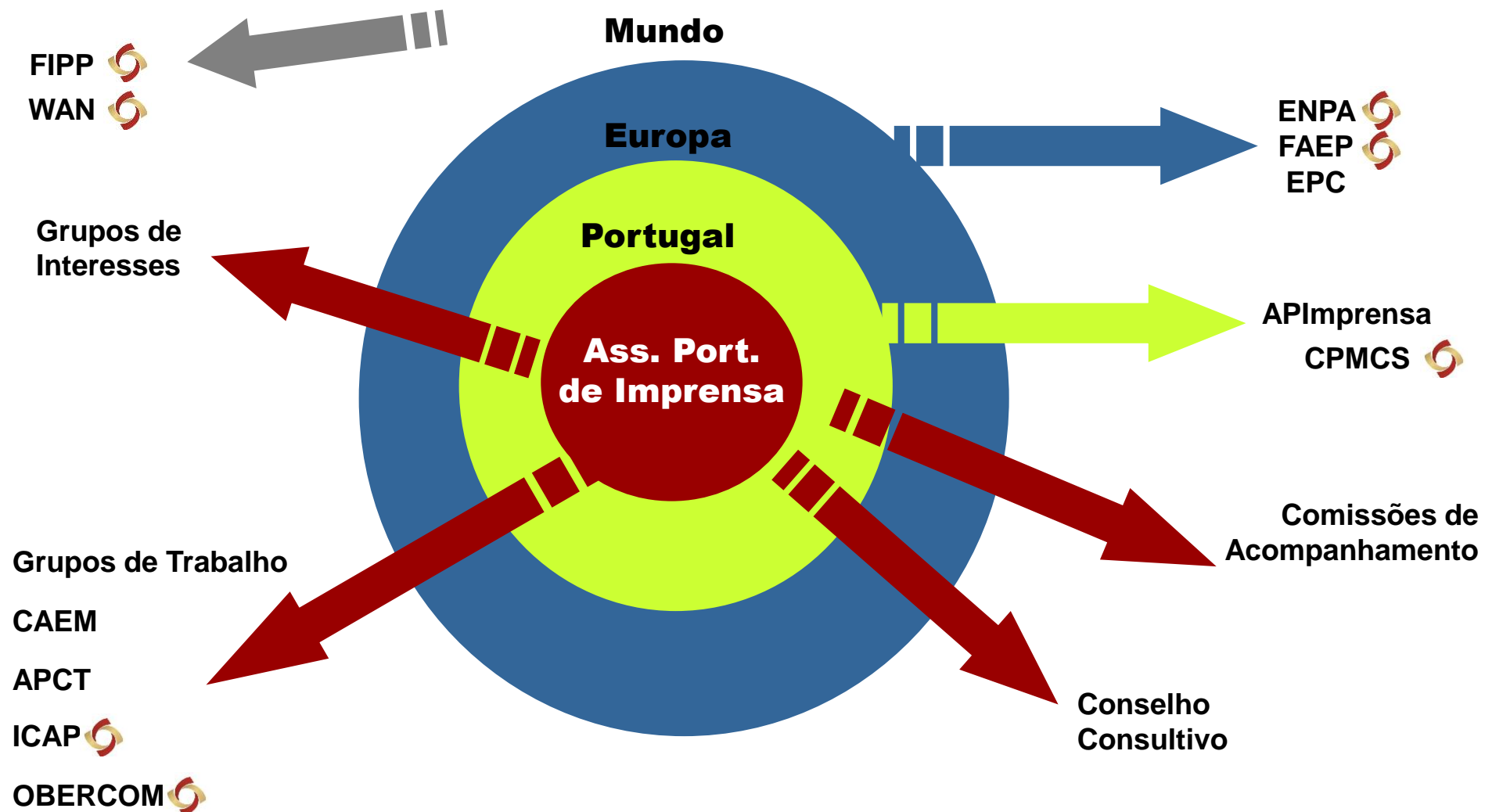
ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE IMPRENSA MODELO DE NEGÓCIO

09 DE MAIO DE 2019

EM 2005



EM 2005 ESTE ERA O CAMINHO A SEGUIR



EM 2019 – COMO ESTAMOS

Recebimentos em atraso (com PER homologado)

Impala/Descobrirpress 30.550€

Workmedia 8.250€

TOTAL 38,800€

QUOTAS

65% dos rendimentos da Associação

*(duas das maiores associadas
estão agora com atrasos que
ultrapassam em conjunto os
50.000€)*

QUOTAS EM ATRASO

Há 10 anos
estabelecemos
critérios para
amortizar quotas em
atraso

Importância de
assegurar a maior
representatividade
para a Associação

Previsão de grandes
dificuldades
empresariais no setor
e no momento em que
preparamos o
PECSIR I

Estas políticas permitiram **apenas** a perda de cerca de **duas dezenas de Associados em todo este período** (para além das fusões) e obrigaram à contratação, até 2014, de um colaborador para cobranças e todo o trabalho de manutenção dos Associados incluindo a cláusula 5ª (foi substituído em finais de 2018).

Maior esforço de manutenção dos associados existentes mesmo que com quotas em atraso;

Perda da qualidade de associado imediata apenas por insolvência ou falência ou suspensão/encerramento da atividade;

Saída de associado por pedido expresso mas, mesmo assim, desenvolvendo os serviços da Associação todos os esforços para manter o associado revertendo a decisão.

A GESTÃO DE TESOURARIA DA ASSOCIAÇÃO

- Desde as alterações estatutárias de **2005** e consequente reestruturação do modelo de quotização que a gestão corrente da Associação esteve assente no **pagamento das quotas dos quatro maiores associados, duas quotas pagas em janeiro e duas quotas pagas em setembro**. Assim se viveu equilibradamente, até começarmos a sentir os primeiros sinais de dificuldades das empresas mais pequenas, que asseguravam o financiamento das atividades não nucleares da Associação.
- Nessa altura lançou-se uma campanha de débitos diretos que conseguiu assegurar **25% dos pagamentos trimestrais de sócios** (25.000€ em 2010, hoje 16.000€).

A GESTÃO DE TESOURARIA DA ASSOCIAÇÃO

Em 2013 a Impala/DescobrirPress começou com problemas de pagamentos e iniciamos uma luta pela recuperação do passivo que saldará este ano pelo cumprimento de tudo o que não foi incluído no PER e sem se perder o Associado.

Em 2017 a Global Media Group passou a pagar a sua quota anual dividida em duodécimos.

Em 2018 a quota da Impresa foi dividida entre esta empresa e a nova Trust in News que adquiriu, entretanto, publicações daquela editora.

A GESTÃO DE TESOURARIA DA ASSOCIAÇÃO

Em 2010

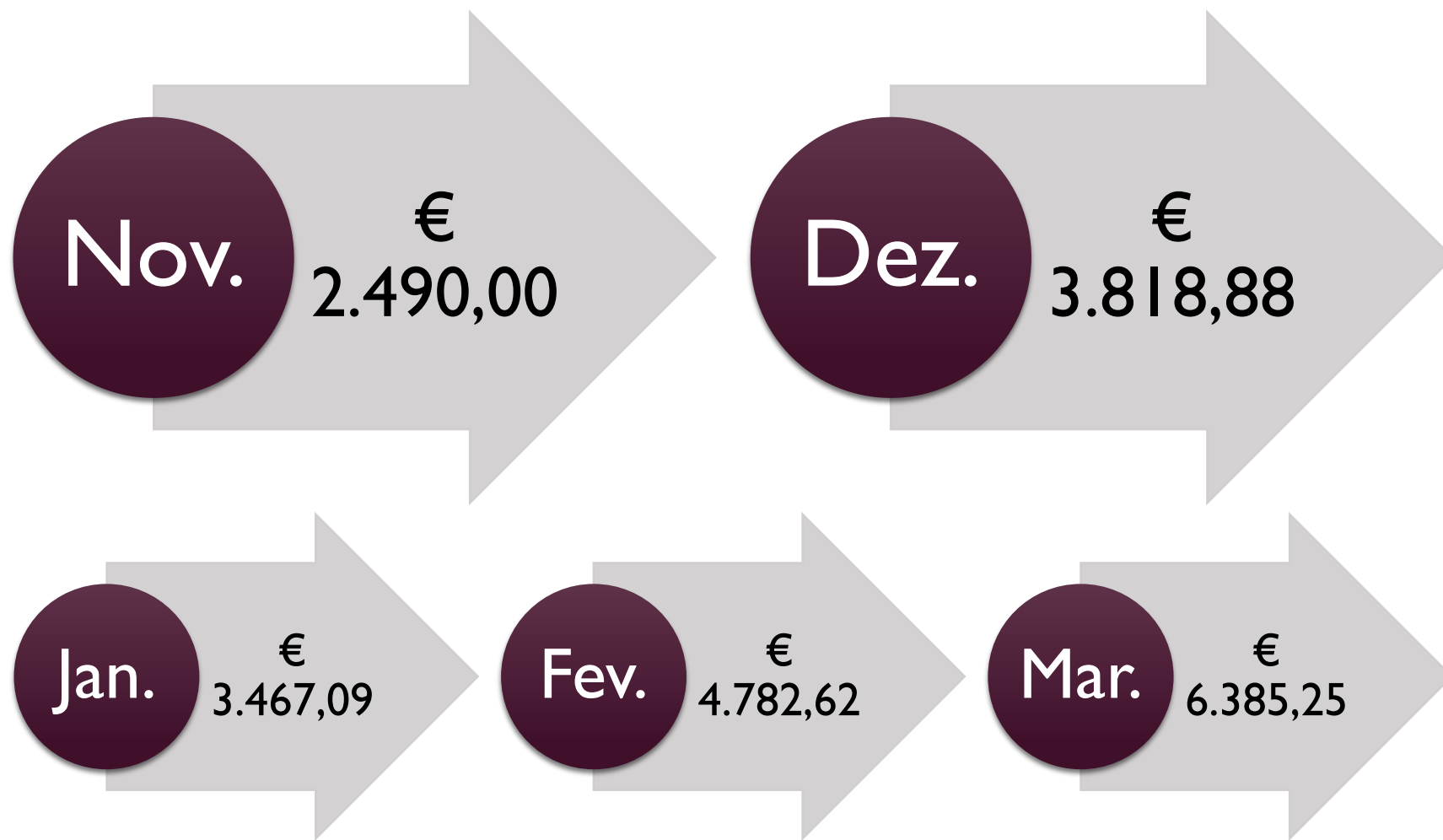
A Direção, como forma de reduzir a dependência da Associação do pagamento das quotas, deliberou a emissão de uma quota extraordinária (e correspondente fatura para os não sócios) para o serviço do desconto postal Cl^a 5^a.

Em 2018, aproximando-se o fim da concessão do serviço postal aos CTT, e considerando a diminuição do número de exemplares expedidos por via postal decidimos criar a **API Serviços** para explorar formas de financiamento de negócio (como a intermediação da Publicidade Institucional do Estado ou a preparação de projetos para concursos de apoios do Estado ou dos fundos europeus), vedadas à API que, por ser uma associação de empregadores, não pode desenvolver atividades que interfiram (a cl^a 5^a) estar no limite do aceitável para uma entidade como a API Imprensa.

Entre 2010 e 2018 o valor desta faturação complementar quintuplicou e permitiu manter o equilíbrio das contas de exploração da Associação.

RECUPERAÇÃO DE CRÉDITOS – NOVEMBRO 2018 A 31 DE MARÇO 2019

(NÃO INCLUI CLÁUSULA 5ª DE 2019)



QUOTA MENSAL - ASSOCIADOS

Valor quota mensal	Associados no escalão
10,00 euros	87 empresas
15,00 euros	11 empresas
20,00 euros	5 empresas
30,00 euros	27 empresas
50,00 euros	39 empresas
75,00 euros	3 empresas
125,00 euros	2 empresas
250,00 euros	3 empresas
500,00 euros	1 empresa
1.000,00 euros	1 empresa
2.000,00 euros	2 empresas

135 associados pagam trimestralmente

6 associados pagam anualmente

5 associados pagam mensalmente

35 associados com pagamento irregular



OS DESAFIOS PARA 2019-2021



OS DESAFIOS PARA 2019-2021

A - Internos

- Novo Modelo de Gestão
 - A partir de 1 de junho de 2019 – Vítor Brás e Cláudia Maia (Carlos Eugénio)
- Novo Modelo de Sustentabilidade
 - Maria João Torroais dedicada à Cláusula 5ª e recuperações
- Crescimento do número de Associados
- Aumento dos serviços prestados
 - Apoio na preparação de projetos
 - Apoio para angariação de assinaturas

OS DESAFIOS PARA 2019-2021

B - Externos

- Venda das publicações
 - Distribuição Vasp
 - Assinaturas CTT e outras
 - Conteúdos digitais
 - Comércio eletrónico
- Publicidade
 - Publicidade Institucional do Estado
 - Valor/descontos publicitários
 - Concorrência
- ERC e Reguladores
 - Diretivas e Regulamentos Europeus
 - Políticas públicas de media
 - Concorrência GAFA

OS DESAFIOS PARA 2019-2021

C - Iniciativas

- Jornais Centenários
- Luta contra a Iliteracia e Desinformação
 - Programa Media Veritas
 - Programa Inovação Social
 - Programa EEAA (Gulbenkian/Bissaya Barreto)
- Plataforma “Uma Faixa, Uma Rota”
 - Feira das Importações (Xangai)
- 40 anos das relações Portugal/China
 - Conferência Direitos de Autor em Cantão
- 20 anos do regresso de Macau
 - Exposição jornais de 1999

OS DESAFIOS PARA 2019-2021

D – Uma “nova” estrutura dirigente e representativa

Dirigentes

Presidente – João Palmeiro – Contratação Coletiva de Trabalho

Vice-Presidente para a Distribuição, Autoregulação, Contratação Coletiva de Trabalho e Gestão – Substituto do Presidente – Vítor Brás

Vice-Presidente para a Comunidade dos Países de Língua Portuguesa – Afonso Camões

Vice-Presidente e Tesoureira – Reforço do papel das mulheres na gestão dos media e Contratação Coletiva de Trabalho – Cláudia Maia

Secretário – Representação no Norte, Programas de luta contra a Iliteracia Mediática, Desinformação e Manipulação Jornalística e reforço do papel dos jovens gestores – Ricardo Flamínio

OS DESAFIOS PARA 2019-2021

D – Uma “nova” estrutura dirigente e representativa

Vogais

Teresa Vera Magalhães – Revistas

Francisco Santos – Imprensa Regional

Jorge Castilho – Representação na Região Centro, Imprensa Regional e Formação Profissional

Liang Zhan – Relações Ásia e Lusofonia

Secretária-Geral – Joana Ramada Curto

Secretário-Geral Adjunto – Carlos Eugénio –Relações Europeias, WAN-IFRA e Gestão

OS DESAFIOS PARA 2019-2021

D – Uma “nova” estrutura dirigente e representativa

Diretores Suplentes

Joana Emídio – Lisboa e Vale do Tejo

José Miguel Piçarra – Região do Alentejo e Jornais Diários Regionais

João Almeida – Relações Transfronteiriças

João Vilela – Trás-os-Montes e Alto Douro

Paulo Ribeiro – Relações com Associações Católicas

Vítor Almeida – Jovens Editores e Editores On-line

Cláudia Sousa Campos – Papel das mulheres na Gestão dos Media e Revistas

Agostinho Franklin – Jornais Diários Regionais

OS DESAFIOS PARA 2019-2021

Representantes da Associação



OS DESAFIOS PARA 2019-2021

Representantes da Associação



Henrique Pires Teixeira



José Alves da Silva e Jorge Castilho



Vítor Brás
(ERC- Comissão de Classificação de
Publicações Periódicas)



João Palmeiro

OS DESAFIOS PARA 2019-2021

Representantes da Associação



Carlos Eugénio



Carlos Eugénio

MEDIA VERITAS



MEDIA VERITAS

LEU ALGUMA DESTAS “NOTÍCIAS” RECENTEMENTE? SÃO FALSAS...

Nos últimos anos a evolução tecnológica permitiu a propagação de informação de uma forma rápida e abrangente mas também sem regras ou controlos.

Alguns exemplos de histórias falsas que correram a internet:

- A queda de um avião de combate ao incêndio em Pedrogão Grande, que nunca se verificou
- A posse de um relógio de mais de 20 milhões de euros por parte da deputada Catarina Martins
- O financiamento da construção de um hospital pediátrico no Chile por parte de Cristiano Ronaldo
- O internamento do antigo presidente de Angola José Eduardo dos Santos numa clínica espanhola
- O adepto benfiquista que onde se deslocou à Alemanha para assistir a um desafio do clube lisboeta e foi parar à cidade errada

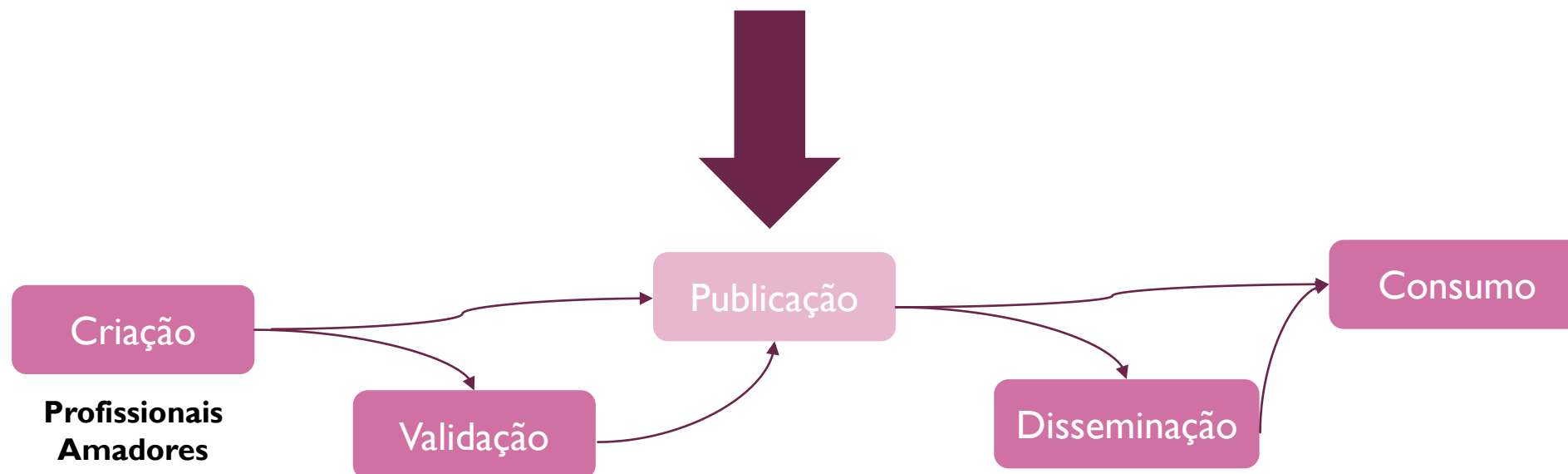
Todas estas notícias revelaram-se falsas e os órgãos de comunicação social desempenharam um papel fundamental na identificação destas situações, mas torna-se urgente garantir uma sociedade mais atenta para esta problemática que evita a propagação destas informações.



MEDIA VERITAS



No modelo tradicional a informação era apenas da responsabilidade de profissionais e no qual existia validação e confirmação.



A tecnologia abriu a porta a criadores de informação amadores que permitiram o surgimento de modelos em que a publicação é efetuada sem validações e disseminada com uma rapidez e abrangência tendendo a confundir leitores e propagar informações falsas.

MEDIA VERITAS

Em Portugal 62% das pessoas confia nas notícias (globalmente esse valor não ultrapassa os 44%)

Em Portugal 29% das pessoas confia nas notícias das redes sociais (globalmente esse valor é de 23%)

Em Portugal 53% das pessoas consulta as notícias através do Facebook (a maioria dos países europeus tem metade desse valor)

Em Portugal 84% das pessoas considera as notícias falsas um problema grave ou muito grave (na UE esse valor é de 85%)

Em Portugal 49% das pessoas partilha notícias (um dos maiores valores a nível mundial)

COMO PODEMOS INVERTER ESTA TENDÊNCIA E CRIAR UMA SOCIEDADE MAIS INFORMADA, DEMOCRÁTICA E LIVRE?

- Fomentar o uso de fontes de informação credíveis
- Capacitar a sociedade e nomeadamente os seus membros mais vulneráveis
- Desenvolver a capacidade crítica na sociedade em geral

MEDIA VERITAS

O Programa **Media Veritas** promovido pela APImprensa - Associação Portuguesa de Imprensa tem como objetivo **promover no âmbito nacional a literacia dos media junto das comunidades mais vulneráveis ao longo de dois eixos mas promovendo uma base para garantir a sua continuidade.**

CAPACITAÇÃO

Público-alvo:
Idosos e crianças
Duração: dois anos (letivos)

Metas:
10.000 alunos
6.000 seniores

DISSEMINAÇÃO

Público-alvo: sociedade em geral
Duração: dois anos

Metas:
45 eventos em Portugal e
Regiões Autónomas
400 notícias publicadas
Mais de 20 mil pessoas

CONTINUIDADE

Criação de comunidade online para partilha de casos, divulgação de ferramentas e informações e que será o legado do projeto.

MEDIA VERITAS - CAPACITAÇÃO

- Desenvolver conteúdos de e-learning adaptados aos públicos-alvo que permitam:
 - Aprender a avaliar conteúdos
 - Interagir com fontes de informação
 - Utilizar ferramentas de validação
 - Desenvolver espírito crítico
- Pretendemos interagir com crianças dos 6 aos 25 anos através dos seus contextos escolares nomeadamente através da disciplina de Cidadania e Desenvolvimento
- Contactaremos com seniores a partir de instituições como as Universidades Seniores, Associações de Reformados e outras organizações relacionadas
- Divulgar fontes de informação credíveis através das publicações dos associados da API

MEDIA VERITAS - DISSEMINAÇÃO

- Organizar eventos com o objetivo de:
 - Identificar a situação e dos seus impactos
 - Fomentar a literacia dos media
 - Divulgar ferramentas de validação
 - Promover o debate de ideias
- Serão realizadas sessões em todos os distritos incluindo Regiões Autónomas
- Cada sessão contará com o apoio de jornais locais e outras entidades interessadas
- Serão abordados temas genéricos e específicos de interesse para o público e para as comunidades representadas

MEDIA VERITAS - CONTINUIDADE

- Este projeto pretende ser o lançamento de um esforço mais vasto que deixa um legado com impacto contínuo na sociedade
- Será criada uma página do projeto através da qual iremos:
 - Divulgar conteúdos das ações formativas
 - Publicar notícias relevantes para o tema
 - Publicitar os eventos realizados e a realizar
- Será enviada regularmente uma newsletter com informações
- Pretende-se criar uma comunidade que irá perdurar no tempo mantendo o projeto vivo e relevante

PARTICIPAR NO MEDIA VERITAS SIGNIFICA:

- Fazer parte de um esforço consistente para criar uma sociedade mais livre, informada e democrática
- Cumprir objetivos de responsabilidade social que todas as instituições e organismos cada vez mais incluem nas suas prioridades
- Contactar com públicos locais, regionais e jovens que contribuem para a construção de um país equilibrado e justo
- Promover o desenvolvimento do pensamento crítico e do uso de fontes de informação credíveis
- Apoiar os órgãos de comunicação social como garantia de fiabilidade

CONTRAPARTIDAS DO APOIO AO MEDIA VERITAS

- Participação em ações de responsabilidade social
- Visibilidade nas ações públicas
- Presença em materiais de comunicação e online
- Divulgação para a sociedade em geral de conteúdos de interesse da instituição promovendo a sua correta interpretação
- Envolvimento dos membros da organização em ações de interesse específico
- Interação com órgãos de comunicação nacional e local