

## FINANCIAMENTO DOS MEDIA

A informação é um bem público e, por isso, a comunicação social, além de ser um pilar da democracia, deve ser considerada um setor estratégico para a economia dada a relevante função social que desempenha.

Nesse sentido, o Sindicato dos Jornalistas (SJ) saúda as propostas apresentadas em sede de especialidade do OE 2020 pela maioria dos partidos com assento parlamentar e apela à sua aprovação.

Ainda assim, dadas as atuais dificuldades do setor da comunicação social, o SJ considera que as mesmas não são suficientes para ajudar os media a assegurar a sua sobrevivência, nem para travar o crescente desemprego e precariedade laboral entre os jornalistas.

Neste contexto de fragilidade do setor, o Sindicato apresentou um conjunto de propostas de apoio para jornalistas, cidadãos, empresas de comunicação e agentes externos. São medidas transversais a todo o setor da comunicação social (imprensa, rádio e televisão), seja de âmbito local, regional e nacional, às quais o SJ juntou outras medidas de incentivo à leitura e de promoção da Literacia para os Media.

Na convicção de que as propostas do SJ possam, no futuro, vir a ser consideradas, voltamos a remetê-las.

## PROPOSTAS

### 1. Jornalistas:

- formação gratuita em novas tecnologias e adaptação ao digital (através do Cenjor)
- financiamento de uma bolsa de jornalistas disponíveis para colaborar com escolas no âmbito do projeto Literacia para os Media e Jornalismo.
- criação de bolsas de apoio a jornalistas
- apoio a projetos independentes de media
- financiamento de um programa informativo, a disseminar em canais digitais oficiais e nos canais de serviço público, sobre o que é jornalismo e o que não é (coordenado pelo Sindicato dos Jornalistas)

### 2. Cidadãos:

- dedução, em sede de IRS e de IRC, de parte ou da totalidade dos gastos com assinaturas digitais
- alargar a consignação do IRS a órgãos de informação
- atribuir um voucher de 20 euros a cada cidadão para financiar um órgão de informação à sua escolha
- colocar jornais nas escolas e nas repartições públicas, para fomentar o interesse pela leitura
- fazer uma campanha de sensibilização sobre a importância do jornalismo para a sociedade

- oferecer subscrições de órgãos de informação aos jovens que entrem na universidade
- oferecer formação em literacia digital para seniores

### 3. Empresas de comunicação social:

- repensar o porte pago para valores que permitam, realmente, ajudar à sustentabilidade da imprensa regional e local
- apoios à inovação tecnológica de órgãos de informação de pequena e média dimensão
- aumentar os incentivos e os benefícios fiscais para as empresas privadas, nomeadamente eliminando o IVA nas assinaturas comerciais e no porte pago
- reforçar o orçamento da Lusa e da RTP para que continuem a assegurar um serviço público de qualidade e pondo fim aos bloqueios à contratação de novos jornalistas, que têm forçado as duas empresas a recorrer a trabalhadores em situações de precariedade
- alargar os contrato de serviço público aos órgãos de informação regional e local
- reduzir impostos e aliviar os custos de produção/distribuição
- incluir a existência de um conselho de redação nos requisitos para registo de um órgão de informação
- consignar um montante mínimo, de 20 a 30% do dinheiro gasto em publicidade institucional, exclusivamente para os órgãos de informação regional e local
- aplicar uma tributação específica, mais favorável, para a publicidade nos órgãos de informação regional e local

### 4. Agentes externos:

- garantir que os organismos públicos disponibilizam assinaturas digitais, nomeadamente nos espaços de atendimento ao público
- obrigar as empresas de clipping a pagarem mais pela utilização de conteúdos jornalísticos e fiscalizar devidamente a sua atividade
- assegurar que o Estado compra jornais ou assinaturas, em vez de contratar empresas de clipping
- fiscalizar efetivamente os CTT, cujos atrasos nas entregas estão a prejudicar a distribuição de assinaturas, fundamental para muita da imprensa regional
- responsabilizar as grandes plataformas multinacionais, como a Google e o Facebook, pela utilização de conteúdo que não lhes pertence, sem pagarem o que ele vale.

Lisboa, 4 de fevereiro de 2020

A Direção