

Propostas do SJ para Apoios do Estado à Comunicação Social

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, ao qual deverão ser alocados apoios diretos e indiretos.

As políticas públicas não podem ignorar as dificuldades de sobrevivência das empresas de comunicação (locais, regionais e nacionais) nem o crescente desemprego e a precariedade laboral entre os jornalistas.

As propostas que o SJ anexa neste mail foram já apresentadas aos poderes legislativo e executivo na discussão do orçamento de estado para 2020. Trata-se de medidas destinadas jornalistas e cidadãos em geral, a empresas e a agentes externos que se relacionam com o setor. Todas as medidas propostas devem obedecer a critérios de rigor e transparência, no escrupuloso respeito pelos princípios éticos do jornalismo e pelas regras de governança na gestão das empresas.

Na convicção de que este não é apenas um negócio, mas um bem público, quer seja prestado por públicos ou privados, as falhas atribuídas à gestão, nos últimos anos, não podem continuar impunes. Os administradores e os diretores de grupos de comunicação social devem ser sujeitos a um escrutínio de independência, idoneidade e competência, com regras fixadas pelo regulador. Acreditamos, ainda, que o Estado tem um papel fundamental a desempenhar, nomeadamente na promoção de campanhas de sensibilização dirigidas aos cidadãos sobre o papel fundamental do jornalismo em democracia.

1. Jornalistas:

- a 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 (que existe desde 2018 e decorre de uma parceria entre o SJ e o Ministério da Educação, com apoio do Cenjor, recorrendo a verbas do Ministério da Cultura)
- 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, e também pela disseminação cega de conteúdos falsos que atacam diariamente o jornalismo sério e credível, inclusivamente plagiando-o e deturpando a sua informação.

Nota: sabemos que esta medida exige uma atuação europeia para ser eficaz, mas Portugal pode, à semelhança do que outros países europeus, como França (taxa GAFA) e Alemanha, inserir esta questão no discurso político e, por exemplo, fazer uma campanha de sensibilização sobre o assunto, alertando os cidadãos - fiscalizar as plataformas que disseminam conteúdo falso, pondo em causa o jornalismo, criminalizando-as