



ASSOCIAÇÃO
PORTUGUESA
DE IMPRENSA

Desafios e soluções para a Imprensa Portuguesa

14 DE JUNHO DE 2022

Conferências Re Pensar a Imprensa 2.2

(maio 2022)

Depois de 10 anos de luta por políticas públicas adequadas e assertivas, e aceitando o desafio do Presidente da República e de alguns partidos políticos, retomamos o modelo de reflexão que lançámos em 2008 e que resultou...

- No Sistema de Gestão Coletiva dos Direitos de Autor dos Editores (Visapress, 2009);
- Na reestruturação dos Incentivos do Estado à Comunicação Social (2015);
- No atual modelo de Contratação Coletiva para Jornalistas (2010 – em conclusão).



CONFERÊNCIAS RE PENSAR A IMPRENSA 2.2 **UMA REFLEXÃO INDISPENSÁVEL**

APRESENTAÇÃO DAS CONCLUSÕES - 13 SETEMBRO
Assembleia da República | Presidente da República



CONFERÊNCIAS RE PENSAR A IMPRENSA 2.2
UMA REFLEXÃO INDISPENSÁVEL

3 MAIO

DIA MUNDIAL
DA LIBERDADE
DE IMPRENSA

Museu da Presidência,
Palácio de Belém

12 MAIO

COMBATER O DESERTO
DE NOTÍCIAS

REGULAÇÃO DO SETOR

Colégio da Trindade,
Universidade de Coimbra

19 MAIO

O PAPEL DO ESTADO
NA LUTA CONTRA
A DESINFORMAÇÃO
E NA SUSTENTABILIDADE DA
IMPRENSA
NO HORIZONTE 2030

Palácio Foz, Lisboa

24 MAIO

O FUTURO
DA IMPRENSA
NO DIGITAL

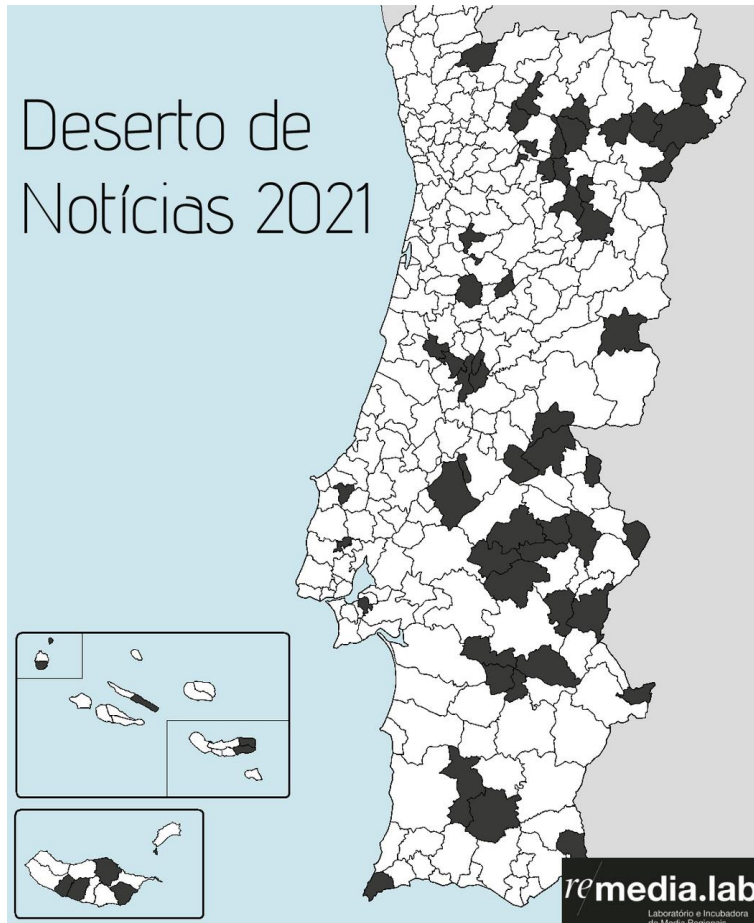
Universidade de Aveiro

APRESENTAÇÃO DAS CONCLUSÕES - 13 SETEMBRO
Assembleia da República | Presidente da República

Panorama atual da imprensa portuguesa



ASSOCIAÇÃO
PORTUGUESA
DE IMPRENSA



19,8%

dos 308 concelhos portugueses em análise
não têm nenhum jornal ou rádio *

Regiões com baixa densidade populacional
e atividade económica mais fraca, como Alentejo
e Trás-os-Montes, são as mais afetadas

Fonte: “Deserto de Notícias 2021”, Giovanni Ramos, investigador da Universidade da Beira Interior

Principais desafios para a imprensa



ASSOCIAÇÃO
PORTUGUESA
DE IMPRENSA

PIRATARIA E CIBERSEGURANÇA

3,5 milhões
€/mês*



Partilha ilegal de jornais e revistas em redes sociais, como WhatsApp ou Telegram

Fonte: Visapress

NOVOS HÁBITOS DE CONSUMO

70,4% usa
smartphone*



Smartphones são mais usados pela população portuguesa para consumo de notícias

Fonte: Reuters Institute

SUSTENTABILIDADE FINANCEIRA E AMBIENTAL

80% de receita
publicitária



Queda na receita publicitária (mais de 80% canalizada para GAFAs – Google, Amazon, Facebook, Apple)

CREDIBILIDADE E DESINFORMAÇÃO

50 sites de
notícias falsas*



Número de sites que produzem notícias falsas com uma média diária de 42 burlas online

Fonte: Academia Media Veritas

Desafios e soluções para o setor no digital

1. INVESTIR

- **Abordagem centrada no utilizador, baseada em data (≠ one size fits all)**
- **Colaboração com grandes plataformas digitais e parceiros tecnológicos (AMCC – Aveiro Media Competence Centre)**
- **Boas práticas e mecanismos de certificação para sites de media**

2. INOVAR

- **Novos modelos de negócios e novas fontes de receita (ex. serviços B2B, e-commerce, organização de eventos e/ou conferências...)**
- **Novos canais e novos formatos (ex. vídeos, podcasts)**

3. FORMAR

- **Profissionais de media, incluindo cargos de topo (ex. novos modelos de negócio, inteligência artificial, realidade virtual, visual e data storytelling...)**
- **Literacia mediática dos leitores**

Incentivos do Estado à Imprensa



ASSOCIAÇÃO
PORTUGUESA
DE IMPRENSA

10 PRINCIPAIS DIFICULDADES

1. Critérios desajustados da realidade e das necessidades
2. Escolha errada e injusta dos alvos a financiar
3. Financiamento de meios de comunicação e não do jornalismo (n.º de jornalistas não é considerado)
4. Criação de dependência face a subsídios
5. Distorção do mercado, levando a uma concorrência desleal
6. Fraco estímulo à inovação e à adaptação dos meios à nova realidade
7. Desvalorização do impacto efetivo dos projetos no desenvolvimento da atividade jornalística
8. Desvalorização das audiências a captar (ex. novas gerações, infoexcluídos, populações isoladas)
9. Financiamento privilegia contratação fora da empresa e não apoia o avanço digital com recurso a elementos internos ou através do fomento de competências internas
10. Júri de avaliação das candidaturas sem formação ou experiência ligada ao jornalismo

Obrigado!

www.apimprensa.pt



ASSOCIAÇÃO
PORTUGUESA
DE IMPRENSA