

Excelentíssimo Sr. Presidente da Comissão de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto, Senhores Deputados e Senhoras Deputadas

A nova direção da Associação Portuguesa de Imprensa agradece a oportunidade de estar aqui hoje para discutir um dos pilares fundamentais da nossa democracia: a imprensa livre e independente. Vivemos numa era onde a informação é uma moeda poderosa. Apesar disto, e não será seguramente novidade para nenhum dos presentes, os últimos anos têm sido marcados por sucessivos desafios para o setor, que ameaçam a viabilidade das empresas jornalísticas e, por extensão, o sistema democrático português. Os números refletem a realidade do setor e são alarmantes: entre 2008 e 2023, as **tiragens diárias de jornais caíram de 1,5 milhões para 0,3 milhões**.

E permitam-me abordar sucintamente alguns destes desafios.

Em primeiro lugar, o setor enfrenta uma **crise financeira e de sustentabilidade severa**. A diminuição das receitas publicitárias – e estamos a falar de uma quebra de 41% entre 2018 e 2021 –, o aumento do custo das matérias-primas, como o papel e a energia, as falhas reiteradas do serviço postal universal, o desaparecimento gradual de pontos de venda – que caíram de 10 mil para menos de 6500 desde 2018 – e a transição para o ambiente digital têm colocado em risco a sustentabilidade económica dos meios de comunicação social. Não esqueçamos que o futuro da imprensa é o digital, mas que só 11% dos portugueses paga por notícias online e é ainda o papel que paga as contas.

Em segundo lugar, a **alteração dos padrões de consumo**. A proliferação das redes sociais transformaram a forma como as notícias são produzidas, distribuídas e consumidas. O rápido fluxo de conteúdos nestes meios tem contribuído para a disseminação de notícias falsas, para a desinformação e tem posto em causa a credibilidade dos meios de comunicação tradicionais e dos profissionais que nele operam, sejam publishers ou jornalistas.

Em terceiro lugar, a **necessidade de adaptação e inovação**. As redações têm de se ajustar cada vez mais rapidamente a novos formatos, novas plataformas e novos modelos de negócio para conquistarem audiências num mercado altamente competitivo. Isto requer formação, inovação constante e partilha de conhecimento sobre estratégias de distribuição e de monetização de conteúdos, nem sempre acessível sobretudo à imprensa regional e local.

Ademais, a **concentração da propriedade dos meios de comunicação** aliado ao **desaparecimento do jornalismo de proximidade** – que já é uma realidade em 25% dos municípios portugueses – cria vazios de informação, deserto de notícias, em comunidades inteiras, pondo em causa a coesão social e territorial.

São desafios enormes. Mas, estamos em crer, ainda são superáveis, assim haja interesse e vontade do poder político. Nesse sentido, a Associação Portuguesa de Imprensa gostaria de vos apresentar hoje um conjunto de sete medidas que considera prioritárias e que não só criarão algum alívio aos editores a curto prazo, como, a médio prazo, ajudarão a fortalecer o setor.

A primeira é o **aumento do porte pago ou do incentivo à leitura**. É essencial alterar o Decreto-Lei 22/2015, de 6 de fevereiro, aumentando a comparticipação da expedição postal de publicações periódicas para 95%, ao invés dos atuais 40%. Tal permitirá atenuar os efeitos da inflação e do custo de transporte, mantendo o preço das assinaturas em valores comportáveis para os leitores. Ao aliviar o peso financeiro sobre os leitores e incentivar a subscrição, garante-se, ao mesmo tempo, uma base estável para os jornais e para as revistas, e permite-se que as publicações regionais continuem a desempenhar o seu papel de informar e contribuir para uma democracia plena.

A segunda medida, a **majoração em 20%, em sede de IRC, da publicidade efetuada por privados**, é um incentivo necessário para que os anunciantes invistam em plataformas confiáveis. Este incentivo não é apenas um benefício para a indústria dos media; potencia a receita fiscal pela retenção de investimento em empresas que cumprem com a legislação fiscal nacional, ao contrário das grandes multinacionais digitais.

A terceira proposta tem a ver com a **modernização tecnológica e inovação**. Portugal precisa de abraçar a inovação não apenas como uma necessidade, mas como uma oportunidade para redefinir o jornalismo para a era digital. O Decreto-Lei 23/2015, de 6 de fevereiro, já prevê um regime de incentivos do Estado à Comunicação Social, mas está desfasado da realidade e tem de ser avaliado. Passaram 8 anos. É preciso rever e atualizar o texto da lei, por forma criar apoios específicos para a aquisição de equipamento informático e apoio à contratação de colaboradores especializados na área informática e jornalística.

Quarta medida: promover a **educação e literacia mediática**. É fundamental pôr em prática a Resolução da Assembleia da República 191/2021, que recomenda

ao Governo medidas de combate à pirataria de publicações periódicas. Em dois anos, não houve qualquer concretização ou iniciativa visível desta resolução. Em complemento, é necessário incluir publicações periódicas nas plataformas do ministério da cultura, do ministério da educação e no plano nacional de leitura, para que se comece hoje a formar as gerações que vão ler jornais amanhã.

Quinta medida: **incentivo à subscrição de assinaturas**, por exemplo, junto de organismos públicos com afluência regular de público, como bibliotecas municipais, lojas do cidadão, centros de saúde e hospitais, postos de atendimento da Segurança Social e tribunais.

Numa altura de emergência financeira dos editores de imprensa, a sexta proposta passa pela criação de uma norma legal que obrigue à **compra antecipada de publicidade institucional** por parte dos ministérios e demais organismos estatais. Esta medida foi testada com sucesso na pandemia, cuja gestão foi assegurada pelas associações do setor, e é uma forma de ajudar as empresas jornalísticas a fazer face aos aumentos da inflação, do preço do papel, dos custos de distribuição e do transporte das publicações periódicas. Isto para não falar no grande contributo para a manutenção de postos de trabalho em todo o ecossistema.

Como corolário das medidas atrás enunciadas, a Associação Portuguesa de Imprensa defende a criação de um **órgão independente que apoie o Governo na conceção, execução e avaliação das políticas públicas para a comunicação social**. Procuramos assim a qualificação do setor e dos novos serviços de comunicação social, tendo em vista a salvaguarda da liberdade de expressão e dos demais direitos fundamentais, bem como do pluralismo e da diversidade.

Em resumo, as medidas propostas pela Associação Portuguesa de Imprensa não são apenas investimentos no setor, mas um compromisso renovado com os valores democráticos. O poder de informar é também a responsabilidade de informar, de educar e de capacitar os cidadãos. Mas, para isso, precisamos de uma imprensa forte e independente.

Muito obrigado pela vossa atenção.

Comissão de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto

[Luís Graça](#)

PS

Presidente

[Joana Mortágua](#)

BE

Vice-Presidente; Coordenador GP

[António Pedro Faria](#)

PS

[Bárbara Dias](#)

PS

[Carla Sousa](#)

PS

Coordenador GP

[Francisco Dinis](#)

PS

[Mara Lagriminha Coelho](#)

PS

[Maria João Castro](#)

PS

[Miguel Matos](#)

PS

[Pompeu Martins](#)

PS

[Rosário Gambôa](#)

PS

[Sara Velez](#)

PS

[Tiago Soares Monteiro](#)

PS

[Alexandre Poço](#)

PSD

[André Marques](#)

PSD

[Carla Madureira](#)

PSD
Coordenador GP

[Dinis Ramos](#)
PSD

[Fernanda Velez](#)
PSD

[Guilherme Almeida](#)
PSD

[Inês Barroso](#)
PSD

[João Prata](#)
PSD

[Jorge Galveias](#)
CH
Coordenador GP

[Patrícia Gilvaz](#)
IL
Coordenador GP

[Paula Santos](#)
PCP
Coordenador GP