

XV Governo Constitucional

Reforma da Comunicação Social Regional e Local

Rádios
Revistas
Jornais

2004/2007



A reforma da comunicação social regional e local surge na sequência do trabalho desenvolvido pelo Governo na área da comunicação social nos últimos dois anos

- **Na RTP e RDP – Com uma reestruturação e reorganização empresarial da RTP e RDP, reduzindo os custos em 125 milhões de euros entre 2002 e 2003 e redefinindo, simultaneamente, a vocação de serviço público destas empresas, com a consequente subida de audiências;**
- **Na Lusa – A reestruturação iniciada em 2003 permitiu à empresa diversificar e aumentar os seus serviços, reduzir custos e obter resultados positivos já no segundo semestre do ano passado, após 3 anos consecutivos de resultados negativos;**
- **Criação de uma Nova Entidade Reguladora – Uma nova entidade reguladora dos media, que agregue competências dispersas por vários organismos públicos, conferindo-lhes eficácia funcional.**

Metodologia para a reforma da comunicação social regional e local:

- 1 – Fazer um diagnóstico rigoroso do sector, tendo por base os objectivos estabelecidos no Programa do Governo, os estudos académicos realizados e a consulta às associações (2 de rádios e 9 de imprensa);**
- 2 - Estabelecer o contacto directo com os operadores (900 jornais, 354 rádios locais, 2 rádios regionais e 3 operadores nacionais);**
- 3 – Elaborar estudos, consolidar e finalizar as propostas;**
- 4 – Proceder à aprovação dos diplomas base e dos diplomas complementares (5 diplomas por via administrativa);**
- 5 – Concretizar a reforma;**

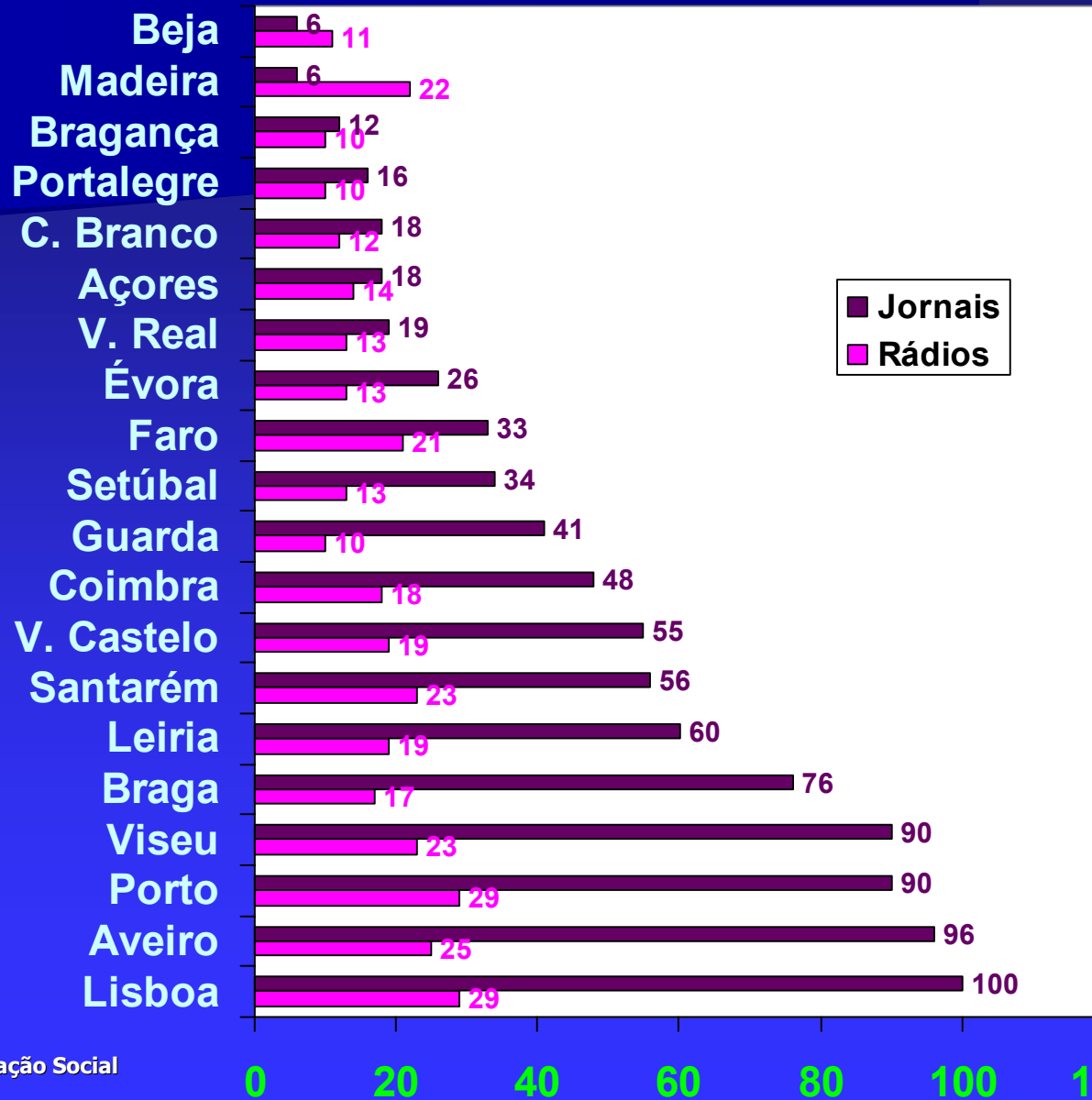
Foram auscultadas todas as associações do sector e recolhidas as suas reivindicações e sugestões, bem como as propostas do ICS:

- Associação Portuguesa de Imprensa (AIND) – 18 reuniões
- Associação de Imprensa Diária – 5 reuniões
- Associação de Imprensa Regional do Algarve – 3 reuniões
- Associação de Imprensa Regional – 3 reuniões
- Associação de Imprensa de Inspiração Cristã – 6 reuniões
- Associação dos Órgãos de Comunicação Social do Algarve – 3 reuniões
- União Portuguesa da Imprensa Regional – 6 reuniões
- Associação Portuguesa de Radiodifusão (APR) – 19 reuniões
- Associação de Rádios de Inspiração Cristã – 4 reuniões
- Vox – Associação Mundial das Rádios de Inspiração Cristã de Expressão Portuguesa – 4 reuniões
- Associação de Imprensa Regional do Alentejo – 2 reuniões
- Sojornal/Imprensa – 2 reuniões
- Lusomundo SGPS – 5 reuniões
- Media Capital – 5 reuniões
- Rádio Renascença – 20 reuniões
- Lusocanal/Luís Montez – 8 reuniões

O diagnóstico

- **O modelo vigente é amador e proteccionista;**
- **Existe uma grande pulverização de jornais (4.291 títulos registados no ICS, dos quais 900 regionais enquanto que em Espanha, por exemplo, há apenas 213 jornais regionais e locais);**
- **Existe um grande número de rádios locais (354, enquanto que na Alemanha, por exemplo, há apenas 190);**
- **Existe uma grande dependência do Estado (os 900 jornais regionais recebem, na sua maioria, porte pago ou apoios diversos);**
- **A maioria tem situação económica débil (nos jornais a tiragem média é de 4 mil exemplares; a periodicidade mais frequente é a mensal (43%), seguida da semanal (30%) e da quinzenal (23%); apenas 15% da tiragem é vendida em banca; 281 dos títulos que recebem porte-pago não têm num único profissional com contrato de trabalho);**

Rádios e jornais por distrito (2004)



- **O principal obstáculo ao crescimento de públicos de imprensa regional são os fracos índices de leitura do nosso País:**
- **Portugal é o segundo país da Europa com mais baixas taxas de leitura e de compra de jornais. Só 19% dos portugueses lê jornais diariamente. 25% só lê algumas vezes por semana. 41% dos portugueses diz não ter motivação para ler jornais. No entanto, estamos entre os maiores consumidores de televisão da Europa.**
- **O porte pago pretendia ser um incentivo à leitura e não à criação de novos jornais e revistas. Com excepção da França, onde a comparticipação do Estado é de apenas 30% e só para a imprensa especializada, não existe em mais nenhum país da Europa.**
- **Nos últimos 12 anos o Estado gastou 45 milhões de contos em apoios, dos quais 43 milhões em porte pago. Em consequência, o número de títulos aumentou em 40%, tendo a tiragem média – circulação e leitura – diminuído 11%.**

Os estudos revelam que os consumidores atribuem uma importância cada vez maior à comunicação social regional e local

- A chamada informação de proximidade -

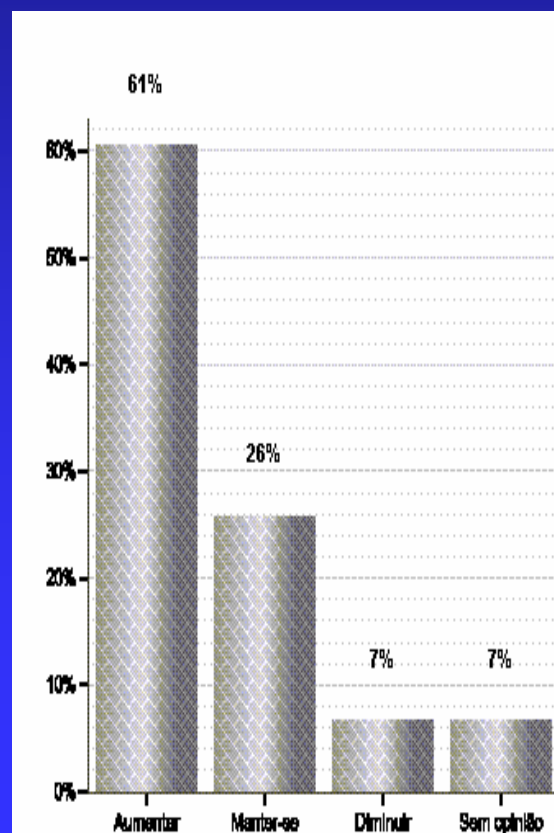
Importância dos media regionais e locais na UE

Regiões Europa	Declínio	Igual	Crescimento
Norte	16%	42%	42%
Sul	5%	35%	60%
Este	-	10%	90%

Fonte: Local and Regional Journalism in Europe, European Journalism Training Association

Associação da Imprensa Não Diária / Instituto de Pesquisa e Opinião de Mercado

Importância atribuída ao futuro da imprensa regional em Portugal



À exceção de Lisboa e do Porto, uma minoria de jornais regionais, cerca de 53 dos 900, têm já em Portugal índices de leitura superiores aos dos nacionais, nomeadamente na imprensa periódica semanal (Bareme Marketest).

- **Jornais Nacionais de Informação Geral: 64,7%**
- **Jornais Regionais e Locais de Informação Geral: 50,9%**
- **Semanários nacionais: 23,1%**
- **Semanário regionais e locais: 31,6%**

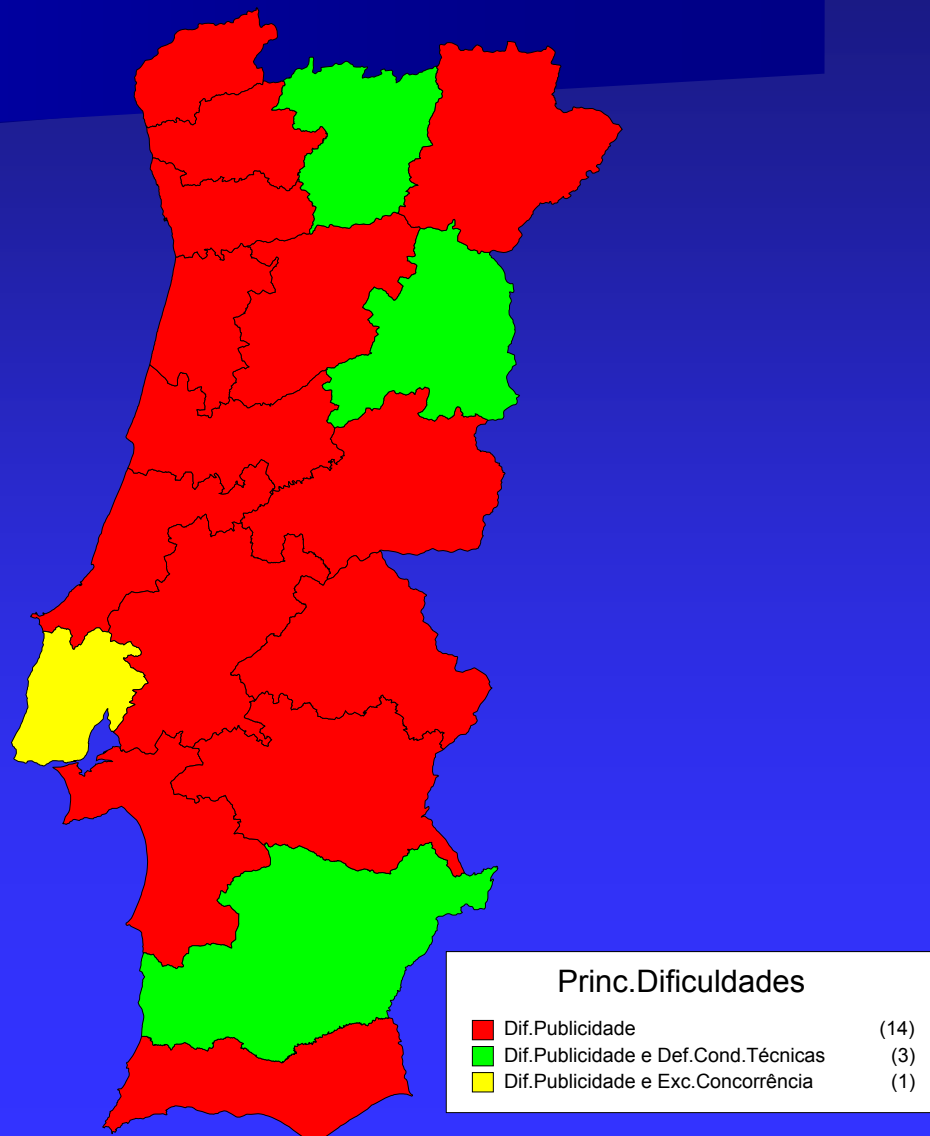
Como pontos fortes, os estudos mostram que as rádios atingem um segmento populacional muito vasto (os portugueses com mais de 15 anos ouvem em média 3 horas de rádio por dia) e mais jovem do que o dos jornais: o segmento etário que mais rádio ouve tem entre os 25 e os 34 anos.

Do contacto directo com os operadores conclui-se:

- **1- A necessidade de uma nova classificação: 60% dos jornais e 52% das rádios aprovam;**
- **2 – A necessidade de criação de novos incentivos ao desenvolvimento de parcerias estratégicas: 51% dos jornais e 47% das rádios aprovam; 4% dos jornais e 5% das rádios discordam;**
- **3 – Criação de uma campanha de incentivo à leitura: 61% dos jornais são a favor, 3% são contra;**
- **4 – Criação de incentivos de apoio à contratação de jornalistas e outros profissionais: 78% dos jornais e 84% das rádios aprovam; 4% dos jornais e 0,5% das rádios desaprovam;**
- **5 – Criação de um plano de formação para o sector: 79% dos jornais e 83% das rádios aprovam;**
- **6 – Obrigatoriedade de controlo de tiragens: 57% dos jornais são a favor; 40% são contra.**
- **7 – Criação de outros apoios do Estado: 32% dos jornais apoiam, 27% são contra; 62% das rádios apoiam, 12% são contra;**
- **8 – Cumprimento da publicidade institucional: 68% dos jornais e 85% das rádios são a favor; os restantes são contra.**
- **9 – Criação de novas empresas de distribuição postal: 50% dos jornais são a favor; a outra metade é contra.**
- **10 –A necessidade de uma nova modalidade de atribuição do porte pago: 40% dos jornais são a favor; 30% são contra;**

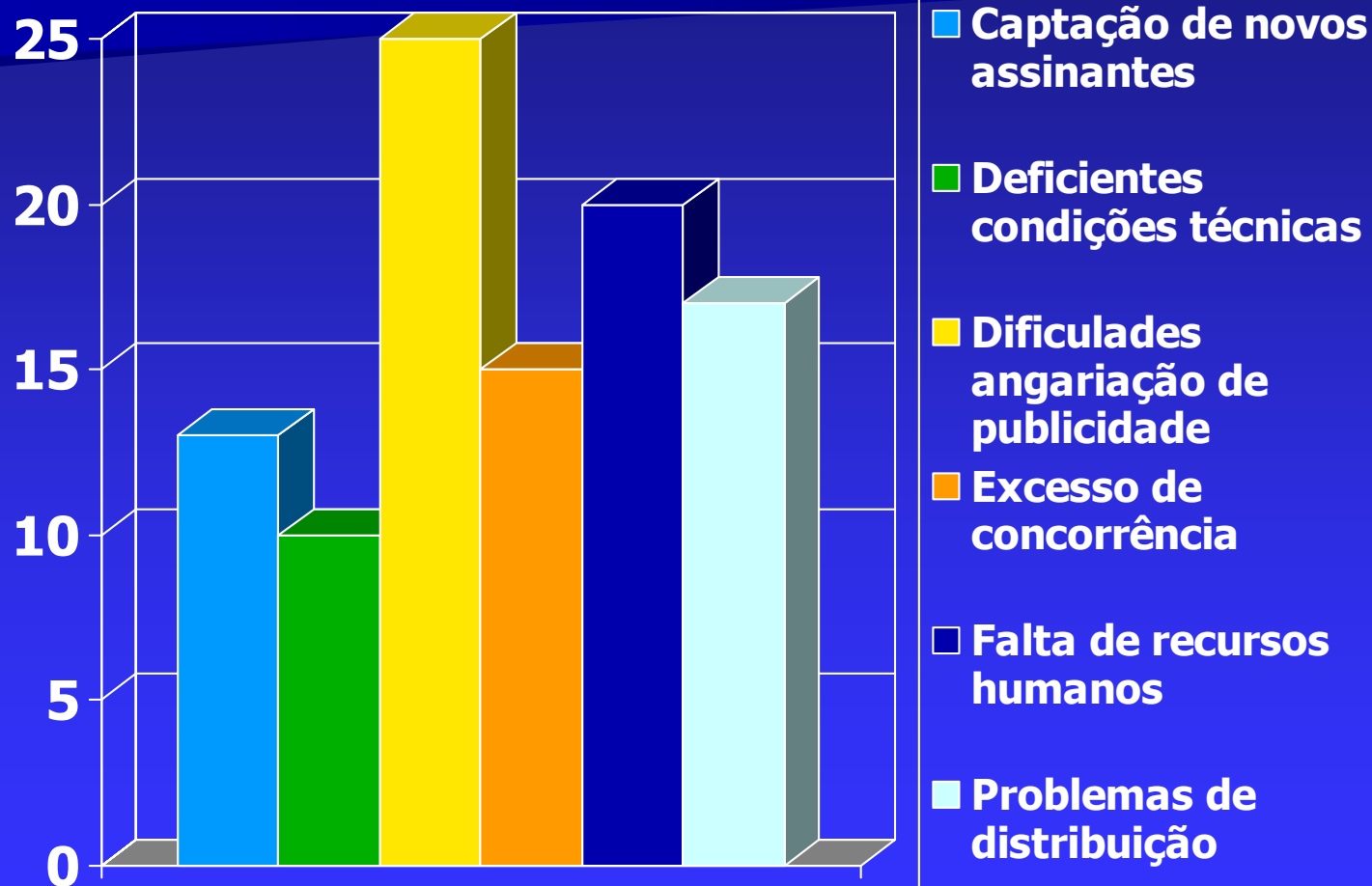
Entre os dias 14 de Fevereiro e 28 de Março de 2003 foram realizadas cerca de 50 reuniões em todos os distritos do país e regiões autónomas, num percurso total de 14 mil quilómetros, com os responsáveis dos 900 jornais e 354 rádios locais. Compareceram responsáveis de 450 jornais (53% do sector) e 209 rádios (59% do sector). Todos os intervenientes foram convidados a pronunciar-se sobre as propostas apresentadas e a responder a um inquérito de caracterização.

Principais dificuldades das rádios



Fonte: Inquéritos/
Gabinete SEAMP

Principais dificuldades dos jornais



Fonte: Inquéritos/
Gabinete SEAMP

Um novo modelo

A opção é pelo modelo empresarial. Pretende-se atingir os seguintes objectivos:

- Mais informação de qualidade;
- Menos presença do Estado no sector;
- Menos e melhores rádios e jornais;
- Jornais com maior cobertura e com maior circulação;
- Maior equilíbrio entre vendas nas bancas e expedição postal;
- Rádios com maior audiência, chegando a novos públicos e com maior facilidade de emissão em cadeia;
- Maior facilidade de transmissão de alvarás de rádio;
- Possibilidade de surgimento de grupos médios de radiodifusão, através do alargamento das participações de capital;
- Agrupamentos de municípios contemplados em termos de agrupamentos de rádios para difusão noticiosa;

Fase de transição

Entre o modelo actual e o modelo empresarial que se pretende atingir foi previsto um período de três anos de adaptação, durante o qual as empresas de comunicação social regional e local terão uma série de instrumentos de crescimento e de modernização ao seu dispor.

Ao mesmo tempo que, no caso da imprensa, se procede a uma diminuição gradual do porte pago, cria-se um conjunto de programas e iniciativas que permitem às empresas dar o "salto" qualitativo no sentido de um modelo de futuro.

A Reforma

5 diplomas novos

- Alteração do Regime de Incentivos às rádios, revistas e jornais
- Criação de um Regime Próprio de Atribuição do Porte Pago aos jornais
- Alteração do diploma sobre a publicidade do Estado
- Alteração da Lei da Rádio
- Alteração ao Código da Publicidade

Alteração do Regime dos Incentivos à Comunicação Social

- Lançamento de uma única medida com vários domínios de intervenção, abrangendo um conjunto de necessidades do sector:
 1. Incentivo à criação de Parcerias Estratégicas
 2. Requalificação de infra-estruturas
 3. Gestão e Valorização Profissional
 4. Desenvolvimento Tecnológico e Multimédia
 5. Difusão do Produto Jornalístico
 6. Expansão cultural e jornalística nas comunidades portuguesas
- Introdução de um critério diferenciador entre regiões mais e menos carenciadas, de acordo com os elementos estatísticos do INE;

Diploma do porte pago

O porte pago foi autonomizado do regime global dos incentivos em diploma próprio, tendo por base o princípio de que se trata de um apoio à leitura – ou seja, aos assinantes – e não aos jornais.

A definição do modelo proposto permite conciliar três princípios:

1. Princípio da iniciativa empresarial e da profissionalização: os jornais que mais investem na sua estrutura empresarial beneficiam, em condições mais vantajosas, dos apoios do Estado.
2. Princípio da responsabilização: apesar de ser discutível qual deve ser a obrigação do Estado nos custos de expedição postal, não é viável ponderar uma desresponsabilização no médio prazo.
3. Princípio da co-responsabilização: a atribuição deste apoio exige responsabilização por parte dos títulos.

O novo regime do porte pago entra imediatamente em vigor. Durante a fase de transição a comparticipação média do Estado será reduzida a 50% dos custos de expedição postal.

Publicidade do Estado

- Pretende-se com o novo diploma tornar obrigatória a distribuição de publicidade do Estado pela comunicação social regional e local a todas as campanhas destinadas à imprensa e às rádios superiores a 15.000 euros, muito inferior aos 100 mil euros actualmente em vigor. A percentagem destinada à comunicação social regional passa de 15% para 25%.
- Contribui-se para uma maior eficácia do marketing e comunicação das políticas públicas (em determinadas circunstâncias é mais eficaz e mais barato desenvolver estratégias de comunicação através dos meios de comunicação social regionais e locais).

Alteração da Lei da Rádio

- Possibilidade de transmissão dos alvarás, sob certas condições.
- Licenças e autorizações passam a ser concedidas pelo prazo de 15 anos, quando antes eram por dez anos..
- Possibilidade de agrupamentos de rádios de municípios em contiguidade geográfica para emissões temáticas informativas.
- Todas as rádios podem associar-se dentro de um mesmo âmbito ou âmbitos geográficos contíguos para emissão de serviços noticiosos, abrindo-se a possibilidade de agrupamentos de rádios adequados às futuras comunidades intermunicipais, comunidades urbanas e áreas metropolitanas.
- Alargamento do limite de participações maioritárias a dez rádios, quando antes era de cinco, deixando de haver limite à participação minoritária.
- A existência de uma rádio generalistas é suficiente para poder haver uma temática, para qualquer limite de cobertura, quando antes eram necessárias duas generalistas.

- Emissão ininterrupta obrigatória passa a ser de 16 horas por dia para as rádios locais (8h – 24h), quando antes era de 24 horas.
- Possibilidade de transmissão em cadeia durante cinco horas, das 7h às 20h, e todo o tempo das 20h às 7h.
- As rádios temáticas podem associar-se para emissão em cadeia até ao limite de cinco rádios e sem limite de tempo.
- As rádios generalistas passam a poder converter-se em temáticas.
- Os serviços noticiosos de âmbito local obrigatórios deixam de ser três por dia e passa a ser apenas um.

Alteração ao Código da Publicidade

Altera-se o artigo 5º do Código da Publicidade, proibindo que os boletins pertencentes à administração local possam ter publicidade, salvo se for de empresas municipais.

5 decisões administrativas complementares

- Criação de um programa para apoio à contratação de profissionais – Apoia-se a contratação de novos profissionais para o sector, suportando parcialmente os salários durante 3 anos;
- Criação de um Plano de Formação – Criação de um plano de formação descentralizado para diversas áreas;
- Criação de um Plano de Leitura – Uma campanha e diversas iniciativas visam incentivar a leitura de imprensa;
- Protocolo com a Lusa – Estado subsidia serviço orientado para as necessidades da comunicação social regional e local;
- Portal Regional – Criação de um portal ao serviço da comunicação social regional e local;

Maioria das associações e operadores do sector apoiam as medidas propostas.

Alguns exemplos:

AIND: “No global fazemos uma apreciação positiva do projecto que revela, efectivamente, um esforço e vontade de contribuir para a dinamização do sector em Portugal”;

APR: “Consideramos bastante positiva a atenção dispensada pelo Governo a esta matéria concordando a APR com a proposta apresentada, na sua generalidade”;

Lusomundo: “Reconhecemos que representa já um considerável avanço relativamente ao diploma hoje em vigor”;

Sindicato dos Jornalistas: “Os cinco objectivos apontados no Programa de Emprego para a Comunicação Social Regional e local são de aplaudir”;

Lusocanal/Luíz Montez: “Aproveito para felicitar, no geral, as propostas de alteração à Lei da Rádio, que vão de encontro às legítimas preocupações dos operadores e vêm tornar mais transparentes e legais as actuais práticas existentes”;

Um estudo encomendado pelo ICS ao Instituto de Pesquisa e Opinião de Mercado, IPOM, revela um apoio da opinião pública às propostas do Governo para este sector.

- **93% dos inquiridos considera “muito importante para o desenvolvimento do nosso país” ter uma comunicação social regional e local profissionalizada e evoluída.**
- **74% acha que os apoios do Governo em relação ao custo de expedição postal (porte pago) na imprensa regional devem ser parciais; 28% acha que devem ser totais e 14% acha que não deve haver apoios.**
- **42% defende apoios parciais do Governo em relação à contratação de profissionais para a comunicação social regional ou local; 41% acha que os apoios devem ser totais;**
- **67% defende apoios totais do Governo a campanhas de leitura da imprensa regional ou local.**