



---

# Defender a democracia através do jornalismo local pluralista

---

*Publicado em agosto de 2026*

IMS (International Media Support)  
Agosto de 2026

**Autores:**

David Kardos e Clare Cook

**Autores participantes:**

Ibrahim Ahmaid  
Emma Lygnerud Boberg  
Iryna Vidanava.

**Agradecimentos:**

O IMS gostaria de agradecer a todos os beneficiários do programa Pluralistic Media for Democracy (PM4D) pela sua participação, pela implementação bem-sucedida dos seus projetos e pela contribuição para este relatório. Agradecemos também aos especialistas e aos membros do painel pelo tempo que dedicaram à participação na European Pluralistic Media Horizon Summit, em maio de 2026.

**Revisor:**

Mike Ormsby

**Paginação:**

Vitali Dzehtsiarou

IMS

VOX House  
Lyngbyvej 100  
2100 Copenhagen, Danmark  
+45 8832 7000  
[info@mediasupport.org](mailto:info@mediasupport.org)

© 2026 IMS

O conteúdo desta publicação está protegido por direitos de autor. O International Media Support tem o prazer de disponibilizar o texto da presente publicação ao abrigo da Licença Creative Commons Atribuição-CompartilhaIgual 4.0 Internacional. Para consultar um resumo desta licença, visite <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>.

*Junte-se aos esforços globais em prol da liberdade de imprensa e mantenha-se a par das questões relacionadas com os meios de comunicação social em todo o mundo.*



 [IMSforfreedia](https://www.instagram.com/IMSforfreedia)

 [IMSforfreedia](https://t.me/IMSforfreedia)

 [IMSforfreedia.bsky.social](https://www.bsky.app/profile/IMSforfreedia.bsky.social)

**f** **IMSInternationalMediaSupport**

**in** [ims-international-media-support](https://www.ims-international-media-support.com)

O IMS trabalha para proteger e reforçar os ecossistemas de informação de que as pessoas dependem. Colaboramos com parceiros locais corajosos e determinados em contextos marcados por conflitos e tensões sociais, ajudando a garantir que a informação ética e de interesse público possa ser produzida e partilhada em segurança. Através de parcerias duradouras, assentes nas realidades locais, cocriamos soluções práticas e inovadoras e respondemos rapidamente em momentos de crise ou de oportunidade.

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são, contudo, da exclusiva responsabilidade do(s) autor(es) e não refletem necessariamente os pontos de vista e as opiniões da União Europeia ou da Agência Executiva Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a autoridade que concede a subvenção podem ser responsabilizadas por esses pontos de vista e opiniões.

# Índice

|    |                                                                                                           |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3  | Prefácio                                                                                                  |
| 4  | Síntese                                                                                                   |
| 6  | Reconhecer<br>a importância dos meios<br>de comunicação locais                                            |
| 8  | Conceção do programa<br>PM4D: apoio ao longo<br>de todo o ciclo e em<br>grande escala                     |
| 10 | O valor público<br>do jornalismo local                                                                    |
| 12 | Da sobrevivência<br>à sustentabilidade:<br>o impacto do PM4D<br>nos meios de comunicação<br>social locais |
| 17 | Recomendações                                                                                             |
| 21 | Conclusão                                                                                                 |

# Prefácio

O futuro do jornalismo local é indissociável do futuro da resiliência democrática.<sup>1</sup>

Os meios de comunicação de interesse público fazem mais do que apenas noticiar. Ajudam os cidadãos a compreender as decisões públicas, a escutinar o poder, a desenvolver um sentido de comunidade e a participar na vida democrática. Quando o jornalismo local é forte, é mais provável que as pessoas tenham acesso a informação fiável com impacto no seu quotidiano. Quando é fraco, as comunidades tornam-se mais vulneráveis à polarização, à manipulação, à desconfiança e ao afastamento da vida cívica.

Em toda a Europa, muitos meios de comunicação locais, regionais, comunitários, bem como meios dedicados ao jornalismo de investigação, enfrentam fortes pressões. As receitas publicitárias diminuíram, a atenção do público fragmentou-se, a dependência das plataformas aumentou e as novas tecnologias, incluindo a Inteligência Artificial (IA) generativa,<sup>2</sup> estão a transformar a forma como a informação é produzida, distribuída e rentabilizada. Muitas vezes, o resultado são organizações de comunicação social mais frágeis e ecossistemas de informação locais mais debilitados.

O aparecimento de «desertos de notícias» mostra o que está em causa.<sup>3</sup> Algumas comunidades não dispõem de uma cobertura noticiosa local fiável. Outras parecem dispor de informação abundante, mas carecem de um jornalismo independente, pluralista e responsável que reflita as realidades locais. Esta situação afeta a participação democrática, a coesão social, a responsabilização pública e a resposta da comunidade a crises ou mudanças.

Foi para responder a estes desafios que foi criado o programa Pluralistic Media for Democracy (PM4D).<sup>4</sup> Financiado pela Comissão Europeia e implementado pelo International Media Support (IMS) e pelo Journalismfund Europe, o programa teve como objetivo apoiar meios de comunicação a título individual e reforçar as condições necessárias para que os meios de comunicação de interesse público possam permanecer independentes, relevantes e sustentáveis.

O programa demonstra que uma abordagem de apoio integrado pode fazer a diferença. Ajudou organizações de comunicação social a alcançar novos públicos, a experimentar formatos e tecnologias, a reforçar o envolvimento direto com as comunidades e a desenvolver a sua capacidade organizacional. Demonstrou igualmente que a sustentabilidade não depende apenas do financiamento, mas também da capacidade dos meios de comunicação locais para compreender os seus públicos, desenvolver novos produtos, usar a tecnologia de forma responsável, diversificar as receitas e manter a independência editorial, mesmo sob pressão.

A lição é clara: a sustentabilidade dos meios de comunicação social não pode ser reduzida aos modelos de negócio de cada organização. Muitos dos benefícios mais importantes do jornalismo são de natureza pública. O jornalismo local pode criar confiança, expor casos de corrupção, aproximar os cidadãos das instituições, dar voz a grupos marginalizados e promover um debate informado, sem gerar retornos comerciais proporcionais ao seu valor democrático. O jornalismo de interesse público exige, por isso, apoio ao nível do ecossistema.

Isso implica investir tanto nos meios de comunicação a título individual como nas condições que lhes permitem funcionar, nomeadamente em organizações intermediárias, serviços partilhados, investigação sobre os públicos, apoio jurídico e empresarial, capacidade tecnológica, financiamento sustentável e salvaguardas da independência. Implica também promover e preservar o pluralismo dos meios de comunicação social através de um apoio prático e a longo prazo.

Com base na experiência adquirida no âmbito do programa e nos debates sobre políticas públicas, este relatório analisa a forma que esse apoio deverá assumir. Surge num momento crítico: o próximo ciclo de políticas e financiamento da UE irá pôr à prova o crescente reconhecimento, na Europa, do valor democrático do jornalismo. A questão é saber se esse reconhecimento poderá traduzir-se em sistemas de apoio concretos que reforcem os ecossistemas de informação locais.

O desafio que temos pela frente passa por ajudar os meios de comunicação locais a sobreviver e por garantir que as comunidades de toda a Europa tenham acesso à informação local, independente e fiável de que necessitam para participar na vida democrática. A Europa precisa de organizações de comunicação social mais fortes e de ecossistemas de informação resilientes.

Clare Cook,  
Diretora de Jornalismo e Viabilidade  
dos Meios de Comunicação Social, IMS  
David Kardos,  
Center for Sustainable Media

<sup>1</sup> A OCDE, no relatório «*Facts not Fakes: Tackling Disinformation, Strengthening Information Integrity*» (2024), define a integridade da informação como uma questão de resiliência que exige transparência, pluralidade, resiliência social e capacidade institucional.

<sup>2</sup> O «*Digital News Report 2025*», do Reuters Institute, aborda o declínio do envolvimento do público, a dependência das plataformas e as preocupações dos editores de que os resumos gerados por IA e os chatbots possam reduzir o tráfego para os sites e aplicações de notícias.

<sup>3</sup> Centre for Media Pluralism and Media Freedom/Local Media for Democracy, «*Uncovering News Deserts in Europe*» (2024), identifica os riscos para a infraestrutura dos meios de comunicação social locais, o alcance de mercado, a segurança, a independência editorial e a inclusão social.

<sup>4</sup> IMS, ficha informativa «*Pluralistic Media for Democracy*» (2025).

# Síntese

Este relatório baseia-se na experiência do programa Pluralistic Media for Democracy (PM4D), lançado em 2024, e na European Pluralistic Media Horizon Summit, realizada em maio de 2026. Reúne elementos recolhidos junto de 46 organizações de comunicação social de 16 países europeus, debates sobre políticas públicas, ensinamentos práticos retirados do apoio ao jornalismo de interesse público e uma série de entrevistas com jornalistas, académicos, editores e gestores de comunicação social. O seu argumento central é que a Europa deve passar do reconhecimento do valor dos meios de comunicação social pluralistas de interesse público para a criação das condições necessárias para que possam continuar a ser sustentáveis, independentes e relevantes.

O PM4D demonstra como poderá ser estruturado um modelo de apoio integrado, de longo prazo e prático. Este programa e o programa que o antecedeu, o Local Media for Democracy (LM4D), alcançaram uma escala e uma diversidade pouco comuns.<sup>5</sup> Nenhum outro programa financiado pela UE apoiou um conjunto tão vasto de meios de comunicação de interesse público — locais, regionais, comunitários, especializados e de investigação — adaptando simultaneamente o apoio às suas necessidades. Na iniciativa-piloto LM4D, 1,2 milhões de euros permitiram apoiar 42 projetos em 17 países da UE. No PM4D, 1,4 milhões de euros permitiram apoiar 46 meios de comunicação social em 16 países europeus: 14 Estados-Membros da UE, a Sérvia e a Bósnia-Herzegovina.<sup>6</sup>

Gerido pelo Journalismfund Europe com financiamento da Comissão Europeia e da Fundação Rei Balduino, e implementado pelo IMS, o programa

combina apoio financeiro com mentoria, estudos de audiência, aprendizagem entre pares, desenvolvimento empresarial e reforço de capacidades. Mais de 70% das organizações participantes registaram um crescimento do público, 79% reforçaram os canais de envolvimento direto com o público, 68% introduziram novos formatos de conteúdo e 63% demonstraram um impacto mensurável nas comunidades. Além disso, 84% destacaram o valor do desenvolvimento de capacidades e da aprendizagem entre pares.

Os estudos de caso mostram como os meios de comunicação locais trabalham com comunidades pouco servidas, envolvem os jovens no jornalismo, experimentam a utilização de IA, desenvolvem abordagens inovadoras à participação do público e diversificam as fontes de receita. Todos os projetos dão espaço a vozes diversas, especialmente às vozes das mulheres e das comunidades marginalizadas. Os projetos comunicam em línguas minoritárias, envolvem os jovens em processos cívicos, promovem o diálogo, apoiam pessoas sem acesso a informação fiável, defendem quem é afetado de forma desproporcionada, ajudam residentes que enfrentam dificuldades de integração e reforçam o sentido de comunidade e de pertença. Tudo isto sugere que o apoio direcionado pode reforçar tanto a sustentabilidade dos meios de comunicação social como o impacto nas comunidades.

Estas experiências mostram que o jornalismo local faz parte da infraestrutura democrática da Europa. Os meios de comunicação locais promovem a responsabilização, apoiam a participação cívica, aproximam os cidadãos das instituições, dão maior projeção a vozes sub-representadas e

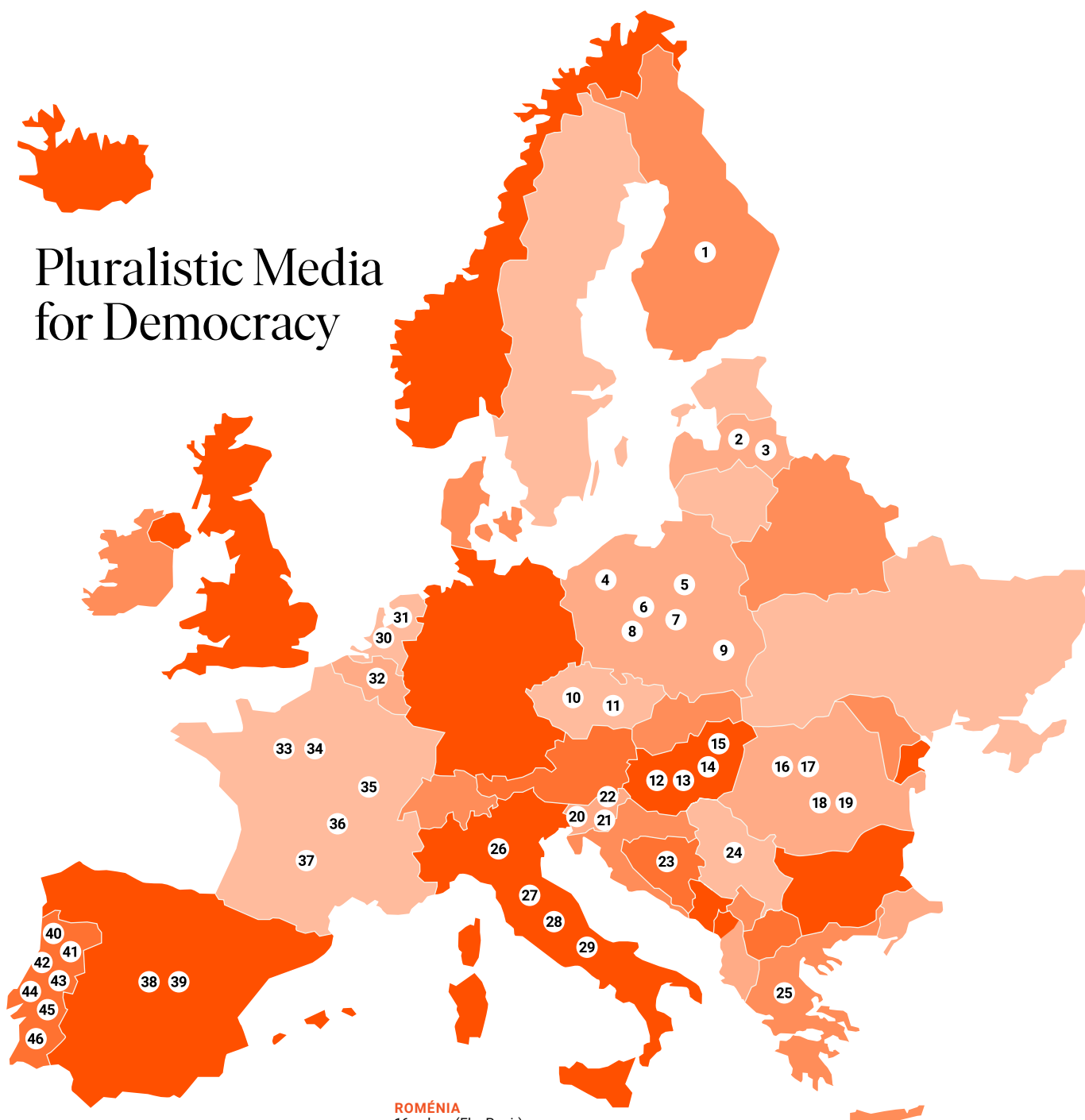
ajudam as comunidades a orientar-se em ambientes de informação cada vez mais complexos. O seu contributo ultrapassa o próprio jornalismo e favorece o desenvolvimento económico, a transparência, a confiança social e a resiliência à desinformação.

O relatório conclui que a sustentabilidade dos meios de comunicação social não pode ser assegurada apenas através de subvenções. A Europa necessita de uma abordagem coerente ao nível do ecossistema, que combine financiamento com apoio prestado por organizações intermediárias, conhecimento aprofundado dos públicos, infraestruturas partilhadas, inovação tecnológica, salvaguardas regulamentares e condições de mercado equitativas. Para que os meios de comunicação social de interesse público continuem a apoiar a democracia e a contribuir para sociedades resilientes, o apoio futuro deve ultrapassar as intervenções fragmentadas e apostar no investimento de longo prazo em ecossistemas de informação locais independentes e sustentáveis. As recomendações dirigem-se aos principais intervenientes capazes de impulsionar esta mudança: instituições da UE e decisores políticos; responsáveis pela conceção de programas, organizações de apoio ao desenvolvimento dos meios de comunicação social e intermediários; financiadores e investidores; meios de comunicação social locais; e investigadores.

---

5 O LM4D foi uma iniciativa cofinanciada pela UE e implementada pela EFJ, CMPF, IMS e pelo Journalismfund Europe para apoiar os meios de comunicação locais, regionais e comunitários em áreas afetadas por «desertos de notícias» através de apoio financeiro, investigação e reforço de capacidades.

6 IMS, ficha informativa «Pluralistic Media for Democracy» (2025).



# Pluralistic Media for Democracy

## FINLÂNDIA

1. Verdelehti (Verdelehti Oy)

## LETÓNIA

2. Re:Baltica (The Baltic Center for Investigative Journalism)
3. CHAYKA (Damedia)

## POLÓNIA

4. Gazeta radomszczanska.pl (Mepress)
5. Jaworzniczy Portal Społecznościowy
6. portEl.pl (Biuro Usług Informatycznych Softel)
7. AWR Korso Sp. z o.o. (Agencja Infor-Reklamowa AIR)
8. Zawsze Pomorze (A1 Press Journalists for Pomerania Foundation)
9. TUŁÓDŹ.PL

## CHÉQUIA

10. Naše Broumovsko (Naše Broumovsko)
11. Okraj.cz (JKS Média, z.s.)

## HUNGRIA

12. Szegeder (Szegeder.hu Alapítvány)
13. KecsUP News (Áramlat Alapítvány)
14. Alhambra-Press (Magyar Hang)
15. Debreciner (Együtt Debrecenért Egyesület)

## ROMÉNIA

16. uh.ro (Eko Papir)
17. Iașul Nostru (Newsletters SRL)
18. Átlátszó Erdély Egyesület (Átlátszó Erdély Egyesület)
19. SC Inter-Media (SC INTER-MEDIA SRL)

## ESLOVÉNIA

20. Zaslavske onlajn novice (Zon.si)
21. Ovtar24 (Kreativna PiKA d.o.o.)
22. Radio Velenje (NAŠ ČAS, d.o.o.)

## BÓSNIA-HERZEGOVINA

23. Gerila.info (Semper)

## SÉRVIA

24. Slobodna reč Portal (UG FENIKS Vranje)

## GRÉCIA

25. Copwatch GR (The Policing Observatory)

## ITÁLIA

26. L'Unica (TFCF S.R.L. - Facta.news)
27. Sacrifice Zones (Cittadini Reattivi)
28. Barfuss (SuTi GmbH/srl)
29. lavialibera (lavialibera)

## PAÍSES BAIXOS

30. RTV Horizon (Publieke Lokale Samenwerkende Radio)
31. Bureau Spotlight (Stichting Bureau Spotlight)

## BÉLGICA

32. MO\* (Wereldmediahuis)

## FRANÇA

33. Flagrant Déni (Flagrant Déni)
34. Made in Perpignan (Made in Perpignan)
35. Splann! (Splann!)
36. Marcelle le Média (SAS Marcelle le Média)
37. basta! (Alter-Médias)

## ESPAÑA

38. FundaciónporCausa (FundaciónporCausa)
39. Alternativas Económicas (Alternativas Económicas)

## PORTUGAL

40. Portulano Digital (SETE Jornal)
41. MédioTejo.net (Perspectiva D'outro Associação Cultural)
42. Sul Informação (Página em Branco)
43. The AI Postal Service (Postal do Algarve)
44. DIVERGENTE (Bagabaga Studios CRL)
45. Mensagem de Lisboa (Mensagem D'A Brasileira)
46. Altominho.tv (Take Film, Produções Audiovisuais)

# Reconhecer a importância dos meios de comunicação social locais

Em toda a Europa, o jornalismo independente continua a ser essencial para a responsabilização, o debate público informado e a vitalidade das economias locais. A sua importância aumentou num período marcado pela manipulação da informação e pela ingerência estrangeira, pela amplificação promovida pelas plataformas, pelos conteúdos gerados por IA, pela diminuição da capacidade de cobertura jornalística local e por uma crescente desconfiança em relação às instituições.<sup>7</sup>

Isto reflete-se num número cada vez maior de declarações políticas, medidas de política pública e debates sobre financiamento a nível europeu. Os debates recentes em torno do Regulamento Europeu relativo à Liberdade dos Meios de Comunicação Social (EMFA), do Regulamento dos Serviços Digitais (DSA), do Regulamento da Inteligência Artificial, do Escudo Europeu da Democracia, da Diretiva relativa aos Serviços de Comunicação Social Audiovisual (AVMSD) e do próximo Quadro Financeiro Plurianual (QFP) refletem uma compreensão mais ampla do jornalismo e dos meios de comunicação social como parte da infraestrutura que sustenta a participação democrática, o debate público informado e a resiliência das sociedades.<sup>8</sup> No ambiente digital, a visibilidade e a rentabilização são cada vez mais determinadas por plataformas e sistemas de IA fora do controlo das redações. As questões relacionadas com os direitos de autor e o licenciamento suscitam uma questão conexa: poderá o jornalismo receber uma parcela mais justa do valor que ajuda a criar?

Quando os meios de comunicação social independentes e de confiança são frágeis, as sociedades tornam-se mais vulneráveis à manipulação, à polarização e ao afastamento da vida democrática.

Quando os meios de comunicação locais desaparecem, o ecossistema de informação local enfraquece. Algumas comunidades tornam-se «desertos de notícias», onde a cobertura jornalística local fiável é escassa ou inexistente. Outras podem ainda dispor de canais de informação, mas carecem de um jornalismo pluralista, independente e responsável que reflita as realidades locais. Em ambos os casos, o problema vai além da sustentabilidade de organizações individuais, afetando a saúde das sociedades democráticas no seu conjunto.

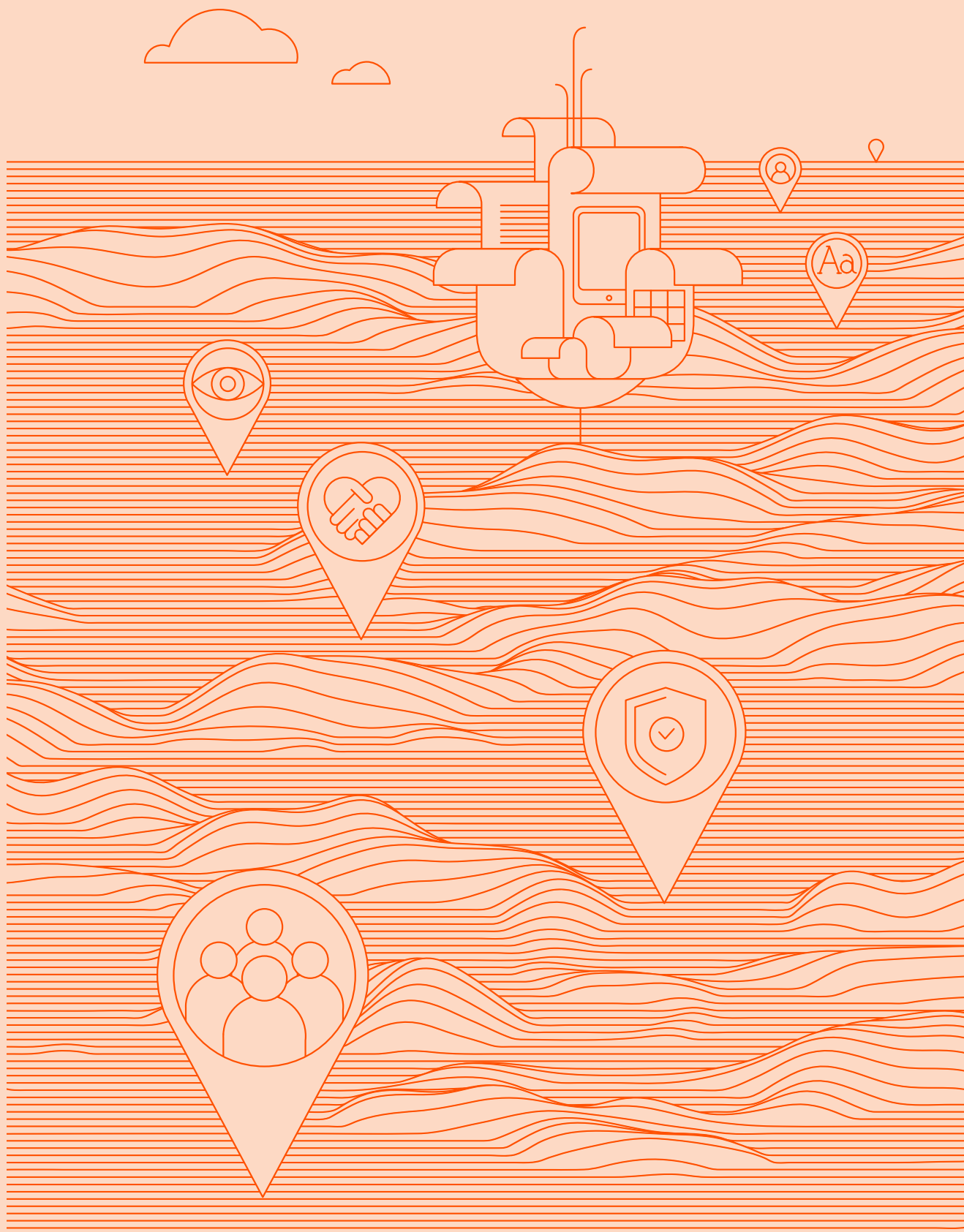
A experiência do PM4D oferece uma lição abrangente e oportuna. Os meios de comunicação de interesse público precisam de financiamento, mas o financiamento por si só não é suficiente. Muitas das suas funções democráticas mais importantes não se traduzem facilmente em receitas. O valor público que o jornalismo gera não se converte de forma consistente nas receitas necessárias para o sustentar. Os meios de comunicação social também precisam de capacidade para compreender os públicos, desenvolver novos formatos, reforçar o envolvimento direto, utilizar a tecnologia de forma responsável, diversificar as receitas e construir organizações resilientes e inclusivas. O apoio financeiro funciona melhor quando combinado com conhecimento, mentoria, intercâmbio entre pares e uma compreensão clara das necessidades dos meios de comunicação social locais. Os sistemas de apoio ainda não se adaptaram a esta realidade.<sup>9</sup>

Tudo isto tem implicações diretas no próximo ciclo de políticas e financiamento europeu, o QFP para 2028-2034.<sup>10</sup> Este ciclo permitirá avaliar se a Europa consegue passar de um apoio fragmentado para uma abordagem mais coerente. O AgoraEU tem o potencial de

se tornar um instrumento central de apoio à cultura, aos meios de comunicação social e aos valores democráticos. A proposta «Europa Global» da Comissão Europeia continuará a ser relevante para o apoio aos meios de comunicação social para além das fronteiras da UE.<sup>11</sup> O Fundo Europeu para a Competitividade poderá também revelar-se importante se a inovação no setor dos meios de comunicação social, a preparação para o investimento, as tecnologias de confiança e o acesso ao financiamento forem reconhecidos como parte do desafio mais vasto enfrentado pelos setores culturais e criativos europeus.<sup>12</sup>

O financiamento é importante, mas é necessário repensar a arquitetura dos mecanismos de apoio. Entre as principais questões a considerar estão as seguintes: quem pode aceder ao financiamento, através de que intermediários, para que fins e ao abrigo de que regras e salvaguardas de independência? Um programa de maior dimensão que continue fora do alcance dos meios de comunicação social de pequena dimensão, locais ou comunitários não resolverá o problema da implementação. O mesmo se aplica a uma vertente claramente dedicada ao jornalismo, caso não disponha do orçamento, da flexibilidade e da governação necessários para sustentar as funções de interesse público do jornalismo.

Em conjunto, estas questões mostram que a sustentabilidade dos meios de comunicação social não pode ser tratada como um dilema setorial restrito. Pelo contrário, na confluência entre as políticas de democracia, a regulamentação digital, a conceção dos mercados, a política cultural, a inovação tecnológica e a infraestrutura cívica local.



- 7 Os relatórios do SEAE sobre a manipulação de informações e ingerências por parte de agentes estrangeiros descrevem a forma como os intervenientes estrangeiros procuram manipular a opinião pública, alimentar a polarização e minar os processos democráticos. Consulte também [«Facts not Fakes»](#) (2024) da OCDE para ter acesso a um quadro mais abrangente da integridade da informação.
- 8 Regulamento (UE) n.º 2024/1083 (Regulamento Europeu relativo à Liberdade dos Meios de Comunicação Social); Regulamento (UE) n.º 2022/2065 (Regulamento dos Serviços Digitais); Regulamento (UE) n.º 2024/1689 (Regulamento da Inteligência Artificial); Comissão Europeia, Estado da União 2025; Parlamento Europeu, Resolução de 7 de maio de 2025 sobre o QFP para 2028–2034, parágrafo 54; Presidência dinamarquesa, Declaration on the Necessity of Culture and Media as a Safeguard for our European Democracies, 2025. Comissão Europeia, Escudo Europeu para a Democracia, 2025; Serviço de Estudos do Parlamento Europeu, «The European Democracy Shield: An overview», 2026.
- 9 Media Funding Policy Lab, «Shaping a Sustainable Media and Information Ecosystem in Europe and beyond under the next MFF 2028–2034» (2026), identifica o financiamento a curto prazo, fragmentado e baseado em projetos como uma fraqueza estrutural do atual apoio aos meios de comunicação social.
- 10 Comissão Europeia, [«The 2028–2034 EU budget for a stronger Europe»](#), apresentado em 16 de julho de 2025.
- 11 [A proposta «Global Europe»](#) é um instrumento de ação externa que consolida a cooperação internacional, a ajuda humanitária e as parcerias de desenvolvimento da UE.
- 12 Comissão Europeia, «The 2028–2034 EU budget for a stronger Europe», que apresenta a proposta de criação do [Fundo Europeu para a Competitividade](#) como um instrumento de investimento em tecnologias estratégicas e na competitividade.

# Conceção do programa PM4D: apoio ao longo de todo o ciclo e em grande escala

A iniciativa-piloto LM4D estabeleceu uma abordagem multidisciplinar que combinava investigação, financiamento e desenvolvimento de capacidades para apoiar os meios de comunicação locais em toda a Europa, incluindo através do mapeamento do surgimento de «desertos de notícias».<sup>13</sup> A forte procura de apoio no âmbito do LM4D, a par dos dados produzidos pela respetiva componente de investigação, demonstrou tanto a dimensão como a urgência dos desafios enfrentados pelos meios de comunicação social locais independentes. Estas conclusões foram posteriormente consolidadas e integradas, a uma escala mais alargada, na conceção do PM4D.

O PM4D procurou dar resposta à crescente ameaça ao pluralismo e à independência dos meios de comunicação social em toda a Europa. Os mercados dos meios de comunicação social estão cada vez mais concentrados e sujeitos à influência de interesses políticos ou comerciais, que limitam a diversidade de perspetivas e prejudicam a confiança do público. Os meios de comunicação mais pequenos e independentes — sobretudo a nível local e regional — enfrentam restrições financeiras significativas que limitam a sua sustentabilidade e capacidade de envolver o público. As áreas mais afetadas tornam-se «desertos de notícias», onde a falta de informação útil compromete a participação cívica.

Neste contexto, o PM4D teve como objetivo reforçar a resiliência, a sustentabilidade e a independência dos meios de comunicação locais, regionais, comunitários e de investigação. O programa dá ênfase ao apoio aos meios de comunicação de interesse público de pequena e média dimensão em contextos onde o pluralismo dos meios de comunicação social se encontra enfraquecido, incluindo aqueles que servem comunidades marginalizadas. Através de apoio financeiro direcionado, o programa procura colmatar as lacunas estruturais de financiamento, reforçando simultaneamente a capacidade organizacional, a independência editorial e a inovação.

Através do seu Media Pluralism Fund, o PM4D presta apoio financeiro direto a organizações de comunicação social, complementado por mentoria e desenvolvimento de capacidades assegurados pelo IMS, com vista a reforçar a viabilidade a longo prazo. Alguns projetos duraram entre cinco e seis meses, enquanto a maioria teve uma duração de nove meses. Para serem elegíveis, as organizações de comunicação social independentes tinham de estar legalmente constituídas e de ter um volume de negócios anual inferior a 1,5 milhões de euros. As equipas editoriais eram compostas, em média, por cinco a 15 colaboradores na redação.

## Na fase de candidatura, o apoio incluiu:



Webinars informativos em nove línguas europeias.



Sessões individuais para melhorar a qualidade das candidaturas, nomeadamente através do desenvolvimento de ideias de projetos, do esclarecimento de questões processuais e do aconselhamento em matéria orçamental.



Sessões de feedback após a candidatura, destinadas a explicar os critérios e procedimentos de avaliação do programa e apoiar a apresentação de candidaturas mais sólidas na segunda fase.

## O apoio ao desenvolvimento de capacidades prestado pelo IMS aos 46 beneficiários selecionados incluiu:



Avaliações individuais das necessidades, no início da implementação dos projetos, destinadas a identificar os desafios, os objetivos e as necessidades de apoio específicos de cada projeto, permitindo adaptar a mentoria, as consultas e os workshops personalizados ao longo de todo o ciclo do PM4D.



**O Quadro de Impacto do IMS**, uma metodologia centrada no utilizador para planear, acompanhar e medir o impacto. Os parceiros do PM4D recorreram a este quadro nas reuniões de avaliação de impacto realizadas no final dos projetos, tanto para elaborar planos de impacto como para avaliar os resultados e as lições retiradas.



Workshops temáticos online destinados ao desenvolvimento de capacidades em áreas comuns identificadas através de avaliações de necessidades, tais como a investigação de público, o envolvimento das comunidades, a narrativa multimédia, a IA, a distribuição de conteúdos e a diversificação de receitas.



Consultas individuais e mentoria disponibilizadas mediante pedido.



Publicação de materiais de desenvolvimento de capacidades **em seis línguas da UE**.



Dois eventos de intercâmbio de conhecimentos entre os beneficiários do LM4D e do PM4D.



Oportunidades de networking e de intercâmbio entre pares para as organizações de comunicação social parceiras do PM4D.



Recolha e análise de dados sobre o público no início e no final dos projetos.



Avaliações de impacto no final dos projetos e relatos de impacto, que documentaram e comunicaram as mudanças concretas geradas pelos projetos do PM4D, complementando os dados quantitativos com exemplos práticos de impacto dos resultados alcançados.

O programa proporcionou um apoio abrangente e sem paralelo, prestado ao longo de todo o ciclo, em áreas fundamentais para o desenvolvimento dos meios de comunicação social, incluindo o conhecimento dos públicos, a narrativa multimédia, a distribuição multiplataforma, a IA, as ações dirigidas a mulheres e grupos marginalizados e modelos de negócio sustentáveis.

Um dos elementos centrais do programa foi a promoção do intercâmbio de conhecimentos entre as organizações de meios de comunicação social parceiras. Ao combinar apoio financeiro, desenvolvimento de capacidades e aprendizagem transfronteiriça, o PM4D contribuiu para um ecossistema de comunicação social mais pluralista e resiliente, que apoia a participação democrática em toda a Europa.

A European Pluralistic Media Horizon Summit, realizada em Bruxelas em maio de 2026,<sup>14</sup> e coorganizada pelo IMS e pelo Journalismfund Europe, alargou o apoio prestado pelo PM4D ao longo de todo o ciclo, além dos projetos individuais. Para tal, reuniu profissionais dos meios de comunicação social, decisores políticos, investigadores, financiadores e outras partes interessadas, com o objetivo de promover o intercâmbio de conhecimentos, partilhar as lições retiradas e formular recomendações destinadas a reforçar o pluralismo, a sustentabilidade, a resiliência e a viabilidade a longo prazo dos meios de comunicação social de interesse público em toda a Europa. Ao longo de dois dias de painéis e workshops, 28 participantes — 13 mulheres e 15 homens — recorreram a uma abordagem de reflexão prospetiva para identificar recomendações práticas em três horizontes temporais distintos: o sistema atual e o próximo ano; oportunidades emergentes nos próximos dois a cinco anos; e mudanças transformadoras para além de cinco anos. Os painéis de especialistas centraram-se na garantia do pluralismo dos meios de comunicação social na Europa, nos mecanismos de financiamento e de política da UE para os meios de comunicação social, nas tendências emergentes e na mobilização de capital local e privado. As medidas prioritárias a adotar em seguida constam das recomendações finais deste relatório.

# O valor público do jornalismo local

Os decisores políticos necessitam de dados claros sobre o impacto do jornalismo local na resiliência democrática, na coesão das comunidades e nas economias locais. Esta secção apresenta as principais lições retiradas e os resultados do programa que demonstram como o apoio direcionado pode ajudar os meios de comunicação locais a alcançar novos públicos, a experimentar novos formatos, a reforçar a capacidade organizacional e a aprofundar o seu papel nas comunidades que servem.

## Os meios de comunicação locais como pilares da resiliência democrática

Na sua essência, o jornalismo local faz parte da infraestrutura democrática.<sup>15</sup> Este papel torna-se especialmente importante quando a confiança é frágil e os ambientes informativos são contestados. Os meios de comunicação locais fiáveis ajudam os cidadãos a distinguir entre informação verificada, mensagens políticas, rumores e manipulação.

O impacto dos meios de comunicação locais na Europa deve, por isso, ser avaliado não só pelos resultados, pelo alcance ou pelo crescimento a curto prazo, mas também pela sua capacidade de reforçar os laços entre as comunidades, melhorar a responsabilização, chegar a públicos carenciados, gerar confiança e criar ecossistemas de informação locais mais resilientes.

## Os meios de comunicação social locais como infraestrutura comunitária

Os meios de comunicação locais podem ajudar as comunidades a criar espaços de debate e de diálogo. Desta forma, é mais fácil dar visibilidade e voz às pessoas e aos lugares que estão habitualmente ausentes do debate nacional.

Esta função de promoção do diálogo é particularmente importante em áreas afetadas pela fragmentação social, pelo declínio económico ou pela negligência política. Nesses locais, o jornalismo local pode contrariar a sensação de que as comunidades são representadas apenas de forma negativa — por exemplo, em contextos de crise, pobreza ou conflito. Pode destacar a iniciativa, a capacidade de ação, a liderança local e as vozes sub-representadas.

Os «desertos de notícias»<sup>16</sup> constituem, no entanto, um desafio. Algumas comunidades carecem de cobertura jornalística local fiável. Outras podem dispor de várias fontes de informação, sem que nenhuma corresponda a um jornalismo independente, pluralista, de confiança e responsável. Nos casos em que os meios de comunicação social locais estão disponíveis, o público mais jovem pode ainda assim sentir que não se identifica com eles. Os grupos marginalizados podem ter acesso a informação abundante sem que as suas

realidades sejam representadas de forma justa. Quando os meios de comunicação desenvolvem novos formatos, envolvem membros da comunidade, formam jovens colaboradores, organizam debates públicos ou criam canais de envolvimento direto com o público, fazem mais do que aumentar os indicadores de audiência. Contribuem para reconstruir as relações entre o jornalismo e a vida das comunidades.

## O contributo económico do jornalismo local

O jornalismo local também desempenha uma função económica.<sup>17</sup> Pode reduzir os custos da atividade empresarial e apoiar o crescimento e o desenvolvimento económicos. Cidadãos, empresas, instituições e comunidades podem beneficiar de ecossistemas de informação mais robustos, que promovam novas oportunidades de negócio e a estabilidade ou o crescimento dos mercados locais.

As redações desempenham também uma importante função de fiscalização financeira. O jornalismo incentiva a distribuição justa e transparente de recursos e reduz significativamente a corrupção. É mais provável que os fundos públicos sejam disponibilizados e aplicados nos fins a que se destinam quando os jornalistas locais têm a possibilidade de interpelar os representantes eleitos. A cobertura jornalística de temas como a habitação, a atuação policial, as escolas ou os serviços de saúde pode melhorar

---

15 [A Recomendação CM/Rec](#) (2018) do Conselho da Europa estabelece uma ligação entre o pluralismo dos meios de comunicação social, o jornalismo independente, os meios de comunicação social locais e comunitários e a participação democrática; a OCDE (2024) enquadra, de forma semelhante, a integridade da informação como uma condição para a resiliência democrática.

16 CMPF/LM4D, [«Uncovering News Deserts in Europe»](#) (2024).

17 Forum on Information and Democracy, «The Economic Imperative of Investing in Public Interest Media» (2025); DW Akademie/UNESCO/IFPIM, [«The Value of Journalism: Why Media Matters to Economics, National Security and Crises»](#) (2026).

a eficiência e a responsabilização, por exemplo, como quando os jornalistas analisam orçamentos públicos, documentos obtidos através de fugas de informação e estruturas de propriedade empresarial ocultas, com o objetivo de localizar fundos desviados ou denunciar a evasão fiscal. Recorrem a leis de acesso à informação, como a Freedom of Information Act (FOIA) para obrigar as autoridades locais a divulgar contratos financeiros ocultos e registos de despesas. As redações analisam dados para identificar padrões e detetar anomalias.

O jornalismo local é, portanto, uma ferramenta poderosa contra o branqueamento de capitais e outros crimes financeiros.<sup>18</sup> Pode expor a corrupção, revelar falhas nos serviços, promover a responsabilização a nível local e reforçar a confiança na vida pública. Muitos meios de comunicação social locais participam em investigações colaborativas internacionais ou de grande projeção, como o «Gupta Leaks», para trabalhar na denúncia de fluxos financeiros ilícitos.

De acordo com um estudo global encomendado pela DW Akademie, pela UNESCO e pelo International Fund for Public Interest Media (IFPIM), o jornalismo contribui para o desenvolvimento económico, a segurança nacional e a resiliência. A análise demonstra que a liberdade dos meios de comunicação social favorece o crescimento económico, com base em duas conclusões fundamentais. Em primeiro lugar, o jornalismo de investigação proporciona um retorno significativo: por cada dólar norte-americano investido em jornalismo, podem poupar-se mais de 100 dólares aos cofres públicos, através da recuperação de fundos, da melhoria dos serviços públicos e da redução da corrupção. Em segundo lugar, embora os governos invistam habitualmente milhares de milhões na segurança militar, cibernética e fronteiriça, a insegurança no domínio da informação constitui, cada vez mais, uma das ameaças mais significativas à estabilidade democrática. Estima-se que a desinformação custe às sociedades entre 350 e 500 mil milhões de dólares por ano. O estudo conclui que o jornalismo independente constitui uma das defesas mais eficazes e comprovadas contra essa ameaça.<sup>19</sup>

Além disso, os dados disponíveis demonstram que o jornalismo fortalece as sociedades:<sup>20</sup> enquanto bem público, a informação fiável e credível sustenta a atividade económica e o bem-estar social de toda a sociedade.



Os meios de comunicação social livres e independentes contribuem para o crescimento económico ao promoverem a estabilidade dos mercados financeiros, ao exporem práticas que a possam comprometer, como a fraude e a corrupção, e ao permitirem que cidadãos e governos tomem decisões de investimento informadas e ponderadas em áreas onde existem necessidades sociais reais.



Os meios de comunicação de interesse público são essenciais para promover a boa governação e reforçar a confiança social, dois elementos fundamentais para economias dinâmicas e produtivas.



Um melhor acesso a informação de qualidade ajuda a corrigir as assimetrias de informação e a aumentar a produtividade e o nível global de produção.



Numa altura em que a desinformação e a informação incorreta representam um problema cada vez mais grave para a sociedade, os meios de comunicação de interesse público constituem a melhor solução para travar esta tendência.



Através do apoio que podem prestar às entidades reguladoras e do trabalho de defesa de causas, os meios de comunicação de interesse público desempenham um papel único e essencial na limitação das distorções do mercado na economia digital.



Os meios de comunicação de interesse público ajudam a mitigar e/ou reverter os efeitos da desigualdade.

18 Nações Unidas. «Sevilla Commitment: Outcome Document adopted at the Fourth International Conference on Financing for Development» (2025), parágrafo 29.

19 Bunce, M. e Pearson, B. (2026). «The Value of Journalism: Global Evidence on Why Media Matters to Economics, National Security and Crises». Estudo encomendado pela DW Akademie, pela UNESCO e pelo International Fund for Public Interest Media (IFPIM).

20 High-Level Panel on Public Interest Media. (2025). «The Economic Imperative of Investing in Public Interest Media». Forum on Information and Democracy, setembro de 2025.

# Da sobrevivência à sustentabilidade: o impacto do PM4D nos meios de comunicação social locais

Os resultados do PM4D demonstram que, quando o financiamento estratégico é combinado com o desenvolvimento de capacidades adaptado às necessidades, os meios de comunicação locais podem fazer muito mais do que garantir a sua sobrevivência — podem inovar, adaptar-se e reforçar o seu papel enquanto instituições de confiança no seio das comunidades.

O impacto é visível tanto nos números como nas histórias de organizações que encontraram novas formas de envolver o público, diversificar as fontes de receita e reforçar a sua ligação às comunidades que servem.<sup>21</sup>

Um dos resultados mais evidentes foi o crescimento do público e o reforço do seu envolvimento. Quase três quartos das organizações participantes registaram aumentos mensuráveis no alcance, seja através do tráfego nos respetivos sites, das subscrições de newsletters ou do desempenho nas redes sociais. Ao mesmo tempo, 79% introduziram ou reforçaram canais de envolvimento direto, incluindo newsletters, grupos de mensagens, debates comunitários e formatos participativos. Para muitas organizações, isto representou uma mudança importante: em vez de se limitarem a «falar para» os seus públicos, passaram a dialogar e a interagir diretamente com eles. Através de debates, workshops e eventos comunitários apoiados pelo PM4D, os meios de comunicação locais reforçaram a confiança e a relevância, criando novas oportunidades de diálogo com os cidadãos.

O programa também incentivou a experimentação e a inovação na produção de conteúdos. Quase 70% das organizações de comunicação social apoiadas introduziram novos formatos, desde podcasts e newsletters a vídeos de curta duração e narrativas concebidas especificamente para as redes sociais. Várias exploraram tecnologias inovadoras, como fluxos de trabalho de produção de vídeo apoiados por IA e produção multimédia automatizada. Outras desenvolveram vídeos de investigação jornalística que alcançaram públicos mais jovens, até então quase praticamente inacessíveis ao jornalismo tradicional. A inovação também não se limitou à tecnologia: muitas organizações envolveram ativamente estudantes, voluntários e membros da comunidade na produção editorial, alargando assim a participação do público e integrando novas perspetivas jornalísticas, que tornaram os conteúdos mais representativos das realidades locais e mais atentos às mesmas.

Estas inovações geraram benefícios concretos para as comunidades. Mais de 60% das organizações participantes registaram um impacto direto nos grupos-alvo através de um melhor acesso à informação, de uma participação mais ativa no debate público e do reforço da literacia mediática. Os projetos criaram espaços seguros para as comunidades migrantes, facilitaram o diálogo sobre questões locais prementes e deram aos jovens meios para se tornarem colaboradores e embaixadores

do jornalismo independente. Várias organizações registaram um aumento da confiança, um diálogo mais sólido no seio das comunidades e uma maior participação do público, demonstrando o papel essencial dos meios de comunicação locais na democracia.

Embora o impacto editorial tenha continuado a ser central, o PM4D também apoiou as organizações de comunicação social no reforço dos seus modelos de negócio. Mais de um terço dos participantes aumentou as fontes de receita existentes ou criou novas. Entre os exemplos contam-se serviços de formação e workshops pagos, newsletters financiadas pelos leitores e receitas provenientes de plataformas digitais e da publicidade. Embora a diversificação das receitas possa ainda não se ter traduzido num crescimento financeiro significativo para todas as organizações, representa um passo importante para reforçar a resiliência e reduzir a dependência das fontes de financiamento tradicionais.

A ênfase do programa na aprendizagem e na colaboração foi crucial para estes resultados. O desenvolvimento de capacidades revelou-se uma das áreas de maior impacto, com 84% das organizações a destacar o valor dos workshops, das consultas com especialistas e do intercâmbio entre pares. Os parceiros adotaram novas abordagens inspiradas nas experiências dos seus pares, aperfeiçoaram as estratégias empresariais e editoriais e melhoraram o planeamento organizacional e os fluxos de trabalho. Para além dos projetos

---

<sup>21</sup> Esta análise tem por base os 19 projetos implementados ao abrigo da primeira coorte do PM4D, utilizando relatórios finais de narrativa e avaliações de impacto pós-projeto. Visto que a redação e a avaliação da segunda coorte (27 projetos) ainda está a decorrer neste momento, as conclusões aqui apresentadas refletem apenas os dados presentes na primeira coorte.

individuais, o programa ajudou a fomentar uma comunidade de prática na qual as organizações puderam partilhar os seus êxitos e desafios e aprender com as experiências uma das outras.

Talvez o mais importante seja o facto de muitas das mudanças iniciadas no âmbito do PM4D continuarem para além do período abrangido pelas subvenções individuais. Novos formatos editoriais, mecanismos de envolvimento do público e iniciativas de geração de receitas foram integrados na atividade corrente da organização. Vários projetos-piloto evoluíram para serviços permanentes, enquanto os modelos de financiamento pelos leitores e as práticas de envolvimento das comunidades continuam a gerar valor.

Embora continuem a existir desafios para as organizações cujo financiamento e recursos humanos limitados condicionam o ritmo da transformação, o panorama geral é claro: o PM4D demonstrou que um apoio direcionado pode ajudar os meios de comunicação locais a enfrentar um contexto difícil e a tornarem-se mais fortes, mais inovadores e profundamente enraizados nas suas comunidades. Desta forma, o programa contribuiu para um panorama dos meios de comunicação social mais resiliente e pluralista em toda a Europa.

## O desenvolvimento de audiências como motor da viabilidade dos meios de comunicação social

O desenvolvimento de audiências ocupou um lugar central na abordagem adotada pelo PM4D para reforçar a viabilidade económica das organizações. O reforço de capacidades ajudou a articular a narrativa, a distribuição de conteúdos e o envolvimento do público com a relevância no mercado, o potencial de geração de receitas e a sustentabilidade a longo prazo.

O apoio ajudou os meios de comunicação a adaptar os conteúdos jornalísticos aos comportamentos e hábitos dos públicos, a usar as redes sociais de forma estratégica e a reformular conteúdos noticiosos para diferentes formatos e plataformas, permitindo-lhes alcançar novos públicos e gerar maior valor a partir de conteúdos novos ou já existentes.

Os dados de audiência revelam progressos. Os valores agregados de audiência aumentaram 9,1%, enquanto 83% dos indicadores comparáveis registaram uma evolução positiva. O crescimento foi mais acentuado nas

plataformas de forte componente visual e centradas em vídeo, nomeadamente o Instagram, o YouTube e o TikTok. O aumento do alcance, das interações e das visualizações de vídeo sugere que os meios de comunicação se tornaram mais eficazes na produção de conteúdos adequados a cada plataforma e na captação da atenção do público.

Estes resultados também sublinham o valor comercial de uma narrativa mais eficaz e de uma melhor distribuição. Um público mais vasto e mais envolvido pode reforçar a proposta de valor de um meio de comunicação junto de anunciantes, patrocinadores, membros, doadores e parceiros. No entanto, o crescimento do público não gera automaticamente receitas. É necessário convertê-lo em receita através de produtos e relações, tais como adesões, assinaturas, newsletters, doações, eventos e parcerias comerciais.

De um modo geral, as conclusões indicam progressos no sentido de uma maior relevância para o público, de um maior potencial de receitas e de uma maior sustentabilidade a longo prazo, reconhecendo simultaneamente que o desempenho do público é também influenciado pelos ciclos noticiosos, pelas mudanças organizacionais e pelos algoritmos das plataformas.<sup>22</sup>

## Informações sobre o público e relevância para a viabilidade empresarial

| Área de reforço de capacidades            | Mudança esperada na prática                                                                          | Evidências nos dados de audiência (aumento em percentagem)                                                           |                                             |                                                                                                                                                                                                    | Mudança esperada na viabilidade empresarial                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Narrativa jornalística                    | Jornalismo mais envolvente, relevante e adequado à plataforma.                                       | Interações no Instagram:<br><b>62,6</b>                                                                              | Visualizações no YouTube:<br><b>116,3</b>   | Visualizações de vídeos no TikTok:<br><b>194,5</b>                                                                                                                                                 | Um jornalismo mais cativante pode aumentar a atenção, a fidelização e o valor oferecido aos membros, anunciantes, patrocinadores e parceiros.                               |
| Reformulação e distribuição               | Histórias adaptadas a vários formatos e distribuídas por várias plataformas.                         | Crescimento combinado do público no Instagram, YouTube e TikTok:<br><b>26,3</b>                                      |                                             |                                                                                                                                                                                                    | Os meios de comunicação podem extrair mais valor de cada reportagem, alcançar diferentes grupos de público e reduzir a dependência de um único canal de distribuição.       |
| Estratégia de público-alvo e plataformas  | Escolhas mais deliberadas em relação às plataformas, aos formatos e públicos-alvo.                   | O número de seguidores no Instagram aumentou em<br><b>33</b><br>meios de comunicação                                 | Crescimento global do público<br><b>9,1</b> |                                                                                                                                                                                                    | Um público mais vasto e melhor compreendido melhora a capacidade dos meios de comunicação de desenvolver produtos direcionados e demonstrar valor aos parceiros comerciais. |
| Criação de relações diretas com o público | Públicos das redes sociais convertidos em utilizadores do site, assinantes da newsletter ou membros. | Utilizadores do site (mas a um ritmo mais lento do que o crescimento nas plataformas de redes sociais)<br><b>6,2</b> |                                             | Isto demonstra progresso, mas também destaca o próximo desafio de viabilidade: converter o alcance das plataformas em relações diretas e recorrentes que os meios de comunicação possam priorizar. |                                                                                                                                                                             |

<sup>22</sup> As métricas de audiência têm por base dados dos meios de comunicação social que participaram na fase de implementação. Para cada um deles, a comparação foi feita tendo em conta os seus parâmetros de referência, e apenas foram incluídas as métricas que estavam disponíveis para ambos os vetores de avaliação. Como tal, o número de meios de comunicação social varia de acordo com o indicador, visto que nem todos usam as mesmas plataformas ou ferramentas de análise. Embora a análise identifique alterações associadas a projetos apoiados pelo PM4D, os resultados não podem ser exclusivamente atribuídos a este apoio, visto que os resultados podem ter sido influenciados por fatores externos.

## Casos de impacto

Para além dos resultados quantitativos gerados pelo programa, várias organizações participantes demonstraram exemplos particularmente convincentes de como o apoio direcionado pode traduzir-se num alcance significativo, no envolvimento do público e num impacto mais alargado. Os estudos de caso que se seguem destacam trajetórias notáveis dos projetos, ilustrando como diferentes parceiros do PM4D aproveitaram o apoio do programa para contribuir para ecossistemas de informação locais mais resilientes.

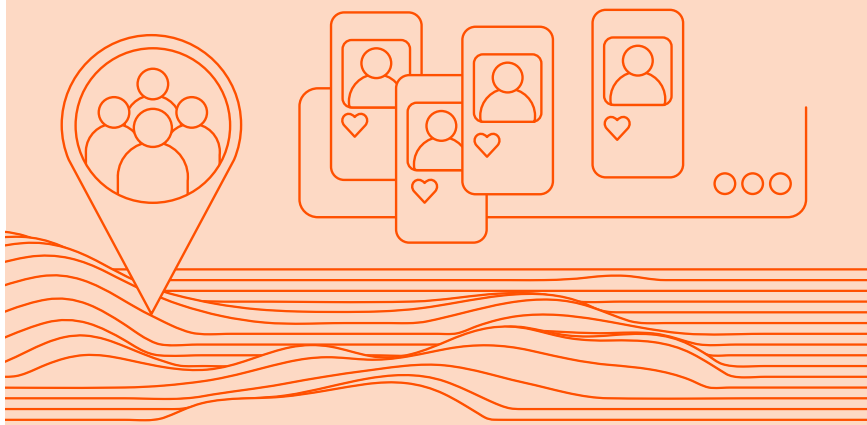
## O valor de contar as histórias de pessoas ignoradas

O meio de comunicação local [Naše Broumovsko](#), na região fronteiriça entre a República Checa e a Polónia, reforçou a sua missão editorial central de usar o jornalismo cidadão para unir uma comunidade fragmentada. Embora a região tenha apenas 20 000 residentes, as pessoas sentem-se frequentemente divididas entre três cidades e 14 aldeias. Para reforçar o sentido de comunidade, a redação procurou dar destaque às vozes locais e dar maior visibilidade às suas preocupações na esfera pública.

Através do LM4D, o meio de comunicação lançou o Local Journalism Simulator, um programa de formação para jornalistas cidadãos da comunidade. Com base nisso, o PM4D permitiu que a redação juntasse antigos participantes do programa a editores e jornalistas profissionais para produzir reportagens sobre grupos sub-representados, incluindo trabalhadores manuais, idosos, jovens e membros da comunidade cigana. Estas reportagens atraíram um número de leitores acima da média e geraram feedback positivo, nomeadamente por parte de leitores locais interessados em partilhar ideias e preocupações.

O editor-chefe participou no apoio ao desenvolvimento empresarial do IMS, adquirindo uma compreensão mais profunda da geração de receitas e elaborando um plano de negócio para 2026. Como potencial fonte de receitas, a equipa da redação está a experimentar formatos de «vídeos curtos pagos», que apresentam comerciantes locais e pequenas empresas. As sessões de formação abordaram também a produção multimédia, a colaboração entre jornalistas profissionais e cidadãos e o desenvolvimento de um manual prático de trabalho.

Este caso ilustra como o jornalismo local pode reforçar os laços comunitários, incentivar a participação cívica e aumentar a visibilidade de pessoas cujas histórias são ignoradas ou não são ouvidas.

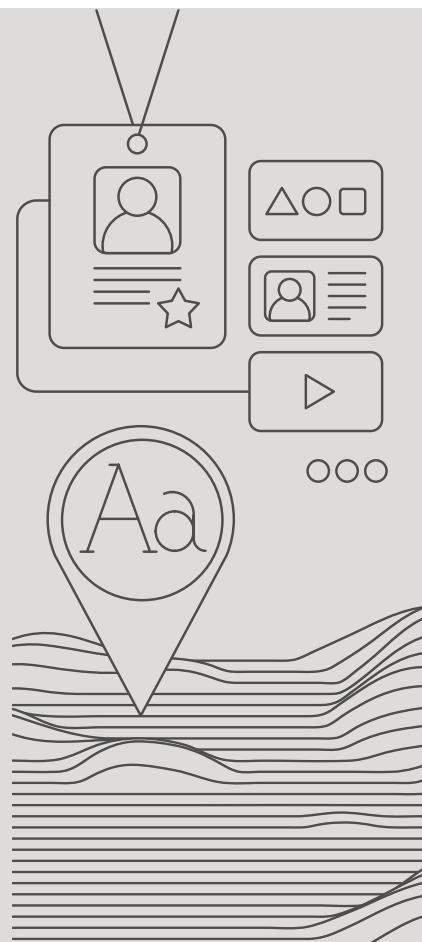


## Promover a participação do público jovem

O projeto «[Made in Perpignan](#)» teve um impacto positivo nos seus jovens participantes, na redação e na comunidade em geral, através da formação de 22 jovens, com idades entre os 18 e os 25 anos, provenientes de bairros desfavorecidos e de zonas rurais. Adquiriram competências práticas na área dos meios de comunicação social, desenvolveram autoconfiança e passaram a compreender melhor o funcionamento do jornalismo. Ao produzirem conteúdos, nos formatos da sua preferência, sobre temas que lhes interessavam, aprenderam a distinguir entre conteúdos jornalísticos e não jornalísticos nas redes sociais.

Os cinco profissionais da redação adquiriram conhecimentos valiosos sobre a forma como os públicos mais jovens interagem com os conteúdos, o que lhes permitiu introduzir novas abordagens narrativas que continuam a influenciar a prática editorial. O projeto produziu 14 vídeos para lançar a presença do meio de comunicação no TikTok, ajudando-o a alcançar um público mais vasto e mais jovem. Desde o seu lançamento, em setembro de 2025, o canal cresceu dez vezes e a redação passou a representar as comunidades locais de forma mais abrangente, através de histórias mais matizadas e de interesse humano.

Em vez de retratar os jovens e as comunidades desfavorecidas exclusivamente através da perspetiva da pobreza ou da exclusão, o projeto destacou a sua iniciativa, talento e liderança local. Como resultado, o «[Made in Perpignan](#)» está mais bem preparado para aumentar a sua audiência e continua a demonstrar como o envolvimento da população local na criação de histórias pode reforçar a representação, desafiar estereótipos e garantir que os meios de comunicação locais reflitam a diversidade de uma comunidade local.



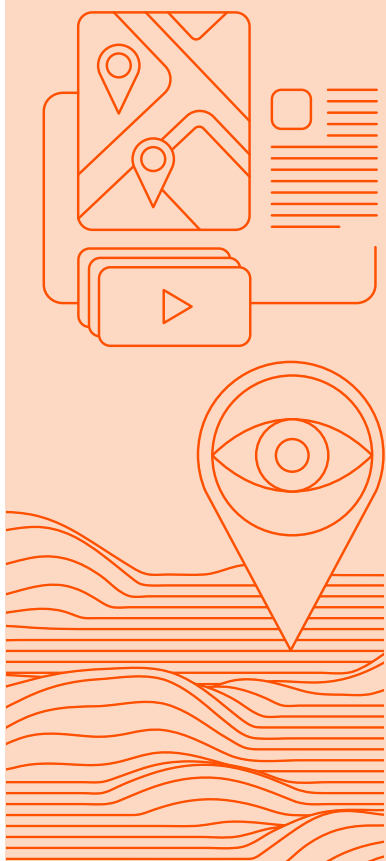
## «[Film the Police](#)»: transformar imagens gravadas por cidadãos em provas

Através de formação, documentação segura e um arquivo público, [a Copwatch](#) está a ajudar as comunidades na Grécia a transformar imagens gravadas por cidadãos que mostram má conduta policial em provas que podem ajudar a reforçar o jornalismo, a investigação, a defesa de causas e a responsabilização.

O «[Film the Police](#)» é uma iniciativa de educação cívica e mediática da Copwatch GR, o primeiro órgão de comunicação social independente da Grécia dedicado à monitorização da polícia. O projeto responde a um desafio fundamental: quando os vídeos permanecem dispersos por telemóveis e redes sociais, os incidentes podem ser descartados como casos «isolados». A Copwatch chega agora a mais de 70 000 seguidores, na sua maioria jovens, e combina workshops, investigações com base em fontes abertas, recursos informativos sobre direitos e fluxos de trabalho de verificação.

Com o apoio do PM4D, a Copwatch desenvolveu um guia prático, formou mais de 100 participantes e criou uma plataforma digital segura para a recolha, verificação, arquivo e publicação de material audiovisual gerado pelos cidadãos. A plataforma permite o envio seguro, a verificação, a anonimização e a preservação de metadados, criando assim um registo público útil para jornalistas, investigadores e especialistas jurídicos.

Ao transformar imagens geradas pelos cidadãos em provas estruturadas e verificáveis, a iniciativa cria um modelo que pode ser adaptado a outros contextos em que as comunidades procuram documentar e preservar informação de interesse público, reforçando a memória coletiva e permitindo um escrutínio público mais informado ao longo do tempo.



## Libertar tempo para o jornalismo de qualidade

Várias iniciativas desenvolveram ferramentas baseadas em IA para redações, centradas no apoio à investigação e na produção multimédia. As ferramentas foram concebidas para reduzir o tempo que os jornalistas dedicavam a tarefas rotineiras, tais como o processamento de grandes quantidades de informação ou a adaptação de notícias a diferentes formatos. Para redações de pequena dimensão com recursos limitados, o benefício foi imediato: mais tempo para reportagem, edição e jornalismo aprofundado, gerando maior valor para os seus públicos.

Uma lição fundamental destes projetos é que a inovação não termina quando uma ferramenta é entregue. Novas tecnologias implicam novas responsabilidades internas em termos de manutenção, atualizações, custos, etc. Para as equipas dos meios de comunicação locais, isto exige pensar para além da experimentação a curto prazo: também precisam de planear a manutenção das novas ferramentas ao longo do tempo.

### Como a IA está a reforçar o jornalismo local

Na cidade polaca de Jaworzno, a redação local, [JAW.pl](#), deparou-se com um desafio familiar a muitos órgãos de comunicação independentes: demasiada informação para processar e divulgar num espaço de tempo demasiado curto. Os jornalistas precisavam de uma forma mais eficiente de monitorizar as redes sociais, os comunicados oficiais e os sites públicos, sem deixarem de se concentrar na cobertura noticiosa.

A redação desenvolveu um conjunto de módulos baseados em IA que analisam centenas de fontes diariamente e identificam cerca de 200 potenciais temas noticiosos. Atualizações de rotina, como alterações nos transportes e comunicados municipais, podem agora ser tratadas de forma mais eficiente, permitindo que os repórteres se concentrem na verificação dos factos, na contextualização e no trabalho de campo.

Quando os primeiros conteúdos gerados por IA afetaram a visibilidade nos resultados das pesquisas, o JAW.pl introduziu supervisão editorial, protocolos de «humanização» e formação baseada nos próprios estilos de escrita dos jornalistas, para garantir que as notícias se mantivessem naturais, relevantes e enraizadas no contexto local.

A IA também permitiu à redação expandir os seus formatos e alcance. Os artigos podem ser transformados em vídeos curtos com legendas, imagens e narração, ajudando o JAW.pl a cativar públicos mais jovens. Ao mesmo tempo, a automatização reduziu o custo da produção multimédia e permitiu uma utilização mais eficiente dos recursos humanos limitados, contribuindo para a sustentabilidade a longo prazo da redação.

Ao assumir tarefas repetitivas de monitorização e produção, os módulos de IA libertaram tempo e recursos para a reportagem, a verificação e o envolvimento do público. Isto permite que os jornalistas disponham de mais tempo para o trabalho de campo e o jornalismo de investigação — os aspetos do jornalismo que criam um valor público único.

### Unir jornalismo e tecnologia para reforçar a resiliência das redações

Sediada em Faro, a Dengun é um estúdio de startups e uma agência digital cujo trabalho com os meios de comunicação locais em Portugal teve um impacto impressionante, indo muito além das ferramentas digitais úteis que ajudou a criar. Enquanto alguns especialistas em tecnologia têm dificuldade em compreender as realidades do jornalismo e, por isso, oferecem aos seus clientes do setor «soluções» genéricas desadequadas à realidade de uma redação, a abordagem da Dengun proporcionou uma alternativa prática.

Em colaboração com quatro órgãos de comunicação social portugueses, a [Dengun](#) apoiou quatro projetos financiados pelo PM4D que abordavam os principais desafios enfrentados pelo jornalismo local, incluindo a diminuição das receitas, a mudança dos hábitos do público e a capacidade técnica interna limitada.

Para o [Médio Tejo](#), isto significou desenvolver uma aplicação «mobile-first» inspirada nas Stories do Instagram para alcançar os leitores mais jovens de forma mais eficaz. O [Altominho](#) criou uma aplicação centrada em vídeo em resposta à crescente procura de conteúdos de formato curto, enquanto o [Postal do Algarve](#) implementou um chatbot multilíngue baseado em IA para melhorar o acesso às notícias locais e aos arquivos. O [Sul Informação](#) estabeleceu uma parceria com seis escolas secundárias para promover a literacia mediática através de uma plataforma digital, ferramentas colaborativas e atividades presenciais.

Estes projetos abordaram os desafios atuais que as redações locais enfrentam, ao mesmo tempo que as ajudaram a experimentar novas tecnologias, a alcançar públicos insuficientemente servidos e a adaptar-se a um ambiente digital em constante mudança. Este caso demonstra como a colaboração estreita entre jornalistas e fornecedores de tecnologia pode transformar a inovação digital em soluções práticas para as redações, reforçando o envolvimento do público, melhorando a acessibilidade e apoiando a sustentabilidade a longo prazo dos meios de comunicação social locais.

# Recomendações

A experiência do PM4D, da European Pluralistic Media Horizon Summit e de debates políticos mais amplos sobre políticas públicas apontam na mesma direção: o apoio aos meios de comunicação de interesse público precisa de passar de projetos fragmentados para uma abordagem coerente e ecossistémica.<sup>23</sup>

As recomendações que se seguem dirigem-se aos principais intervenientes que podem moldar essa mudança: instituições da UE, responsáveis pelos programas e decisores políticos; responsáveis pela conceção de programas, organizações de desenvolvimento dos meios de comunicação social e intermediários; financiadores, fundações filantrópicas e investidores; meios de comunicação social locais e de interesse público; investigadores e intervenientes no domínio da evidência. Cada grupo tem um papel diferente, mas partilha o objetivo subjacente: criar ecossistemas de informação resilientes nos quais os meios de comunicação social de interesse público possam permanecer independentes, relevantes e sustentáveis.

## 1 Recomendações para as instituições da UE, os responsáveis pela elaboração de programas e os decisores políticos

### 1.1 Reconhecer os meios de comunicação de interesse público como infraestrutura democrática e social

As instituições da UE devem tratar os meios de comunicação de interesse público e a integridade da informação como parte da infraestrutura que sustenta a resiliência democrática da Europa. No entanto, esse reconhecimento não deve ficar-se pela retórica. Deve orientar os níveis de financiamento, a conceção de programas, a aplicação da regulamentação e a responsabilidade institucional. Os meios de comunicação locais, de investigação, comunitários e cívicos devem ser entendidos como geradores de valor público, e não meramente como pequenos intervenientes no mercado. O AgoraEU deve apoiar as funções de interesse público do jornalismo que os mercados não conseguem sustentar por si próprios. Isto inclui o investimento nos meios de comunicação locais e comunitários, no jornalismo de investigação, no jornalismo de fiscalização e responsabilização, na literacia mediática, na prevenção da desinformação (prebunking), na verificação de factos e em serviços essenciais do ecossistema, tais como apoio jurídico, formação e estudos de audiência.

### 1.2 Garantir que o financiamento seja suficiente, previsível e acessível

A dimensão do futuro apoio da UE deve estar à altura do problema. O financiamento deve também ser suficientemente previsível para permitir que as organizações de comunicação social planeiem, mantenham as suas equipas, invistam em tecnologia e construam relações duradouras com o público. O apoio a projetos de curto prazo continua a ser útil para a experimentação, mas não pode ser o modelo dominante para sustentar as funções de interesse público. O financiamento de base plurianual deve tornar-se uma parte normal da arquitetura de financiamento nos casos em que o jornalismo gera valor público que não pode ser totalmente rentabilizado.<sup>24</sup>

Os modelos de financiamento através de intermediários e «em cascata»<sup>25</sup> devem ser alargados sempre que possam aproximar o apoio dos beneficiários, com salvaguardas sólidas para evitar qualquer concentração do apoio em entidades que já dispõem de boas redes de contactos. Os futuros programas devem, desde o início, integrar na sua conceção uma aprendizagem entre pares estruturada para maximizar o impacto, incluindo intercâmbios entre meios de comunicação locais, meios dedicados ao jornalismo de investigação, meios de comunicação comunitários, parceiros tecnológicos e especialistas em audiências.

### 1.3 Usar instrumentos de financiamento diferenciados e inovadores

A UE e outros financiadores não devem basear-se numa única lógica de financiamento. A filantropia, os investidores e os financiadores públicos devem identificar sobreposições e lacunas, partilhar conhecimentos e alinhar o apoio sempre que tal seja útil. O objetivo não deve ser substituir o financiamento público, mas sim conceber uma arquitetura de financiamento mista na qual os recursos públicos, filantrópicos, comunitários e o capital de investimento se reforcem mutuamente. As funções de interesse público podem requerer apoio de base. As receitas provenientes das comunidades podem ser reforçadas através de fundos de contrapartida. A inovação com potencial de investimento pode exigir garantias, empréstimos, financiamento misto ou instrumentos semelhantes a capitais próprios, mas apenas quando estes estiverem adaptados às realidades dos meios de comunicação independentes. O apoio ao investimento deve ser acompanhado de assistência técnica, e o financiamento deve ser estruturado de forma a reduzir o risco.

A sustentabilidade dos meios de comunicação social não é apenas uma questão de política democrática; é também um

<sup>23</sup> European Pluralistic Media Horizon Summit, «Key Takeaways and Practical Recommendations»; Media Funding Policy Lab, «Shaping a Sustainable Media and Information Ecosystem in Europe and beyond under the next MFF 2028–2034».

<sup>24</sup> O Media Funding Policy Lab identifica a ausência de financiamento institucional de base como uma fraqueza estrutural fundamental e recomenda a normalização de um apoio de base previsível para as funções dos meios de comunicação de interesse público.

<sup>25</sup> O financiamento «em cascata», também conhecido como apoio financeiro a terceiros (FSTP), permite que uma organização líder ou intermediária redistribua subvenções de menor montante aos beneficiários finais, de acordo com as regras acordadas do programa.

desafio que exige uma reflexão clara sobre inovação, tecnologia e investimento. O AgoraEU deve apoiar as funções de interesse público, a adoção de novas soluções e a sustentabilidade, enquanto o Fundo Europeu para a Competitividade<sup>26</sup> deve apoiar as tecnologias destinadas aos meios de comunicação social, ferramentas de IA fiáveis, infraestruturas de dados sobre o público, investigação e desenvolvimento, sistemas digitais partilhados e preparação para o investimento. Os dois instrumentos podem ser concebidos de forma a reforçarem-se mutuamente. O apoio ao investimento deve ser acompanhado de assistência técnica e de expectativas realistas em matéria de risco.

## 1.4 Eliminar as barreiras estruturais ao financiamento

Os pedidos de financiamento e as regras de implementação devem ser reformulados em função das capacidades dos intervenientes de menor dimensão e locais. Isto implica procedimentos mais simplificados, pedidos normalizados em duas fases, regras de elegibilidade mais claras, requisitos proporcionais de apresentação de relatórios, pré-financiamento mais elevado e mais rápido, prazos de pagamento mais curtos e requisitos de cofinanciamento diferenciados.

## 1.5 Abordar a extração de valor relacionada com as plataformas e a IA<sup>27</sup>

O financiamento, por si só, não consegue reequilibrar o ecossistema da informação. Os decisores políticos da UE devem combinar o apoio aos meios de comunicação social com a garantia do cumprimento dos direitos de autor, mecanismos de compensação justa, obrigações das plataformas e salvaguardas relacionadas com a IA em matéria de atribuição de autoria, visibilidade, licenciamento e utilização de conteúdos. O jornalismo não deve ser tratado como uma matéria-prima gratuita para modelos de negócio das plataformas e da IA; deve receber uma parte justa do valor que ajuda a gerar.

## 1.6 Passar da adoção de regras para a aplicação dos quadros regulamentares da UE

A EMFA, a DSA, a DMA, o Regulamento da Inteligência Artificial, a AVMSD e o quadro regulamentar dos direitos de autor só têm importância se forem implementados e aplicados na prática. Para produzirem um impacto direto e positivo na sustentabilidade dos meios de comunicação locais, deve ser dada atenção à transparência da publicidade estatal, às salvaguardas do pluralismo dos meios de comunicação, à responsabilização das plataformas, à medição de audiências, à distribuição mediada pela IA e à proteção da independência editorial.

## 2 Recomendações para os responsáveis pela conceção de programas, organizações de desenvolvimento dos meios de comunicação social e intermediários

### 2.1 Ajudar a construir o ecossistema

Os responsáveis pelas organizações de desenvolvimento dos meios de comunicação social e pelas entidades intermediárias devem ajudar a criar as condições nas quais os meios de comunicação social locais possam funcionar e prosperar. Para além do financiamento, devem proporcionar formação, orientação, apoio jurídico, aconselhamento financeiro, assistência em matéria de dados de audiência, orientação tecnológica, desenvolvimento empresarial, aprendizagem entre pares e contributos para a formulação de políticas públicas. Os programas devem basear-se nas necessidades das organizações de comunicação social e dos ecossistemas de informação locais; devem ser flexíveis para responder a diferentes níveis de capacidade organizacional, diferentes condições de mercado e diferentes objetivos das comunidades. Isto requer uma sequência de ações: apoio antes da candidatura, subvenções para a execução, desenvolvimento de capacidades, mentoria de acompanhamento, fundos de contrapartida e acesso a apoio à preparação para o investimento, quando apropriado.

### 2.2 Reforçar as estruturas e as capacidades através de centros e redes de aconselhamento

Em algumas regiões, especialmente onde o pluralismo dos meios de comunicação está sob pressão, as estruturas intermediárias independentes são limitadas. O desenvolvimento dessa capacidade deve ser tratado como um objetivo, e não apenas como um mecanismo administrativo de execução. Os serviços partilhados podem reduzir custos e elevar a qualidade em todo o ecossistema. Estes podem incluir serviços de apoio jurídico, redes de aconselhamento empresarial, apoio em matéria de IA e tecnologia, assistência em cibersegurança, normas de dados, ferramentas de tradução, apoio à angariação de fundos e recursos comuns de formação.

O conhecimento dos públicos por parte dos meios de comunicação deve ser tratado como uma prioridade ao nível das infraestruturas. Os intermediários podem ajudar os meios de comunicação de menor dimensão a recolher e interpretar dados de audiência, a desenvolver práticas éticas de tratamento de dados, a compreender comunidades insuficientemente servidas, a testar formatos de interação e a reduzir a dependência das plataformas. O acesso a esse conhecimento dos públicos

<sup>26</sup> O Media Funding Policy Lab recomenda que os meios de comunicação social sejam tratados como um setor estratégico, nomeadamente no âmbito do Fundo Europeu para a Competitividade, e que o apoio do ECF à inovação e à expansão seja combinado com o apoio do AgoraEU à adoção, à sustentabilidade e às funções de interesse público.

<sup>27</sup> Ver o artigo 15.º da Diretiva (UE) 2019/790 relativa aos direitos dos editores de imprensa; as obrigações previstas na DSA e na DMA aplicáveis às plataformas online e aos gatekeepers; e as disposições do Regulamento da Inteligência Artificial relevantes para a governação e a transparência da IA.

deve reforçar a relevância editorial e o jornalismo de interesse público, servindo de base ao julgamento editorial sem o substituir. Muitos meios de comunicação locais não conseguem desenvolver internamente capacidades jurídicas, tecnológicas, financeiras ou relacionadas com dados.

## 2.3 Investir na relevância local e nas ligações com a comunidade

O apoio deve ajudar os meios de comunicação a estabelecer relações diretas com as comunidades. Isto inclui formatos participativos, reuniões públicas, fóruns locais, envolvimento dos jovens, abordagens multilingues, jornalismo construtivo, representação de grupos insuficientemente servidos e formatos que respondam à forma como as pessoas procuram informação.

## 3 Recomendações para financiadores, instituições filantrópicas e investidores

### 3.1 Prestar apoio de longo prazo, previsível e catalisador

Os financiadores privados e as instituições filantrópicas devem evitar reproduzir as fraquezas do financiamento de projetos a curto prazo. O setor necessita de apoio a mais longo prazo que permita às organizações desenvolver capacidades, e não apenas produzir resultados. Os fundos de contrapartida podem reforçar as assinaturas, as adesões, os donativos e o apoio da comunidade. O capital catalisador, que absorve o risco e reduz as expectativas financeiras, pode incentivar a participação de intervenientes privados.<sup>28</sup> O financiamento catalisador deve ajudar os meios de comunicação a testar novos modelos, a desenvolver a capacidade de geração de receitas e a avançar rumo a uma maior resiliência. Os financiadores devem investir nas capacidades organizacionais e do ecossistema que tornam o jornalismo possível: sistemas de gestão de públicos, desenvolvimento de negócios, apoio jurídico, tecnologia partilhada, formação, infraestruturas de dados e organizações intermediárias.

### 3.2 Criar fundos de jornalismo como modelos de financiamento conjunto<sup>29</sup>

Os fundos conjuntos, que combinam e atribuem recursos de múltiplos financiadores através de um mecanismo estratégico de financiamento partilhado, podem reduzir a fragmentação, melhorar a coordenação e permitir que financiadores mais pequenos e variados contribuam para objetivos de maior envergadura. Os fundos liderados a nível local, quando apoiados por um mapeamento sistemático das fontes locais de capital, podem diversificar a oferta de capital aos meios de comunicação

social e viabilizar modelos mais sustentáveis. Os fundos locais devem ser concebidos cuidadosamente para se adequarem ao contexto local e para incluírem meios de comunicação social que não dispõem de uma base de receitas sólida.

## 4 Recomendações para os meios de comunicação locais e de interesse público

### 4.1 Tratar as relações com o público como ativos estratégicos

Os meios de comunicação locais devem investir em relações diretas com o público através de newsletters, adesões, eventos, canais de comunicação, formatos participativos e envolvimento da comunidade. O alcance das plataformas pode continuar a ser útil, mas não pode substituir uma relação duradoura com as comunidades. Os meios de comunicação locais não devem limitar-se a publicar conteúdos; devem estar presentes na vida da comunidade. Isto significa ouvir o público, representar grupos insuficientemente servidos, explicar as decisões locais e criar espaços de debate. Esta abordagem deve ser consistente e contínua, e não apenas durante períodos de crise ou declínio «noticiáveis».

### 4.2 Diversificar as receitas sem comprometer a missão

As receitas provenientes dos leitores, as adesões, os donativos, os eventos, os serviços, a filantropia, o financiamento público e as parcerias podem todos desempenhar um papel. Não existe um modelo único que funcione para todos os órgãos de comunicação social. O objetivo é construir uma base de receitas diversificada que apoie, em vez de comprometer, a independência editorial.

### 4.3 Cooperar quando a capacidade individual for insuficiente

Os meios de comunicação locais devem cooperar através de associações, redes e intermediários para aceder a serviços partilhados, formação, ferramentas de dados, apoio jurídico e representação nos processos de definição de políticas, conforme necessário. A cooperação é especialmente importante no que diz respeito à IA, à dependência das plataformas, aos dados de audiência, à segurança e à conceção do financiamento. Os meios de comunicação locais e independentes estão frequentemente sub-representados nas decisões que moldam o seu futuro e devem trabalhar em conjunto para defender os seus interesses e necessidades nos debates sobre financiamento, plataformas, IA, direitos de autor, publicidade estatal e regulamentação dos meios de comunicação.

<sup>28</sup> IMS *Catalysing private capital: Financing the future of public interest media* LIMS (2025).

<sup>29</sup> Global Forum for Media Development (GFMD), «*National Journalism Funds*» (2023); International Fund for Public Interest Media (IFPIM), «*Journalism Funds: Building Sustainable Infrastructure for Healthy Information Ecosystems*» (2026).

## 4.4 Documentar o impacto para além dos cliques

Os meios de comunicação devem recolher dados sobre o alcance e o envolvimento, mas também sobre a relevância para a comunidade, os resultados em termos de responsabilização, a representação, a confiança, a participação e o valor público. Isto é essencial para financiadores, decisores políticos e públicos.

## 5 Recomendações para investigadores e entidades responsáveis pela produção de dados

### 5.1 Desenvolver uma proposta de valor partilhada para o jornalismo

O setor necessita de um quadro claro, passível de aplicação e baseado em dados que explique o valor democrático, cívico, social e económico do jornalismo. Este deve incluir o valor específico dos meios de comunicação locais, comunitários e cívicos: responsabilização, participação, coesão social, representação, desenvolvimento local e resiliência face à manipulação.

### 5.2 Avaliar a saúde do ecossistema, e não apenas os resultados individuais<sup>30</sup>

A investigação deve ir além da contagem de artigos, cliques ou resultados de projetos. Deve examinar as lacunas de informação locais, os «desertos de notícias», as estruturas de propriedade, as tendências de receitas, a confiança, as relações com os públicos, a capacidade de intermediação, o acesso aos processos de definição de políticas e as condições que permitem que o jornalismo de interesse público funcione e prospere.

### 5.3 Criar dados comparáveis sobre a sustentabilidade dos meios de comunicação locais

A Europa necessita de melhores dados sobre os mercados dos meios de comunicação locais, os fluxos de financiamento, as estruturas de capital, o comportamento do público, a diversificação das receitas, o financiamento público, o apoio filantrópico e o impacto de diferentes modelos de apoio. Os decisores políticos e os responsáveis pela conceção de programas devem usar estes dados, por exemplo, ao identificar modelos locais bem-sucedidos e escaláveis.

## 5.4 Avaliar quais os instrumentos de financiamento que funcionam

Os investigadores devem avaliar os efeitos do financiamento de base, das subvenções a projetos, dos fundos de contrapartida, do financiamento através de intermediários, do apoio ao desenvolvimento empresarial, das subvenções à inovação e do financiamento misto. As questões-chave são: o financiamento produziu resultados e reforçou a resiliência e a independência a longo prazo?

### 5.5 Analisar as cadeias de valor das plataformas e da IA

A investigação deve esclarecer de que forma as plataformas e os sistemas de IA afetam o tráfego, a visibilidade, a atribuição, o licenciamento, as receitas e o poder de negociação. Estes dados são necessários para mecanismos de compensação justos, para a aplicação dos direitos de autor e para a futura regulamentação.

### 5.6 Traduzir os dados para a linguagem política

Os dados terão um impacto limitado se forem demasiado académicos ou fragmentados. Os investigadores devem colaborar com jornalistas, intermediários, financiadores e decisores políticos para produzir dados que sejam acessíveis, visuais e aplicáveis na conceção de programas, na regulamentação e na defesa de causas.

# Conclusão

Os resultados do PM4D mostram como o apoio direcionado pode ajudar os meios de comunicação social locais a alcançar novos públicos, a experimentar novos formatos, a reforçar a capacidade organizacional e a aprofundar o seu papel nas comunidades. O PM4D demonstra como poderá ser estruturado um modelo de apoio integrado, prático e de longo prazo. O IMS e o Journalismfund Europe apoiaram 46 organizações de comunicação social locais, regionais e especializadas em 16 países, com o objetivo de reforçar o seu impacto editorial, o envolvimento do público e a sustentabilidade a longo prazo.

As recomendações do programa e da European Pluralistic Media Horizon Summit apontam para uma mudança geral de abordagem: passar de um apoio fragmentado e arbitrário a projetos individuais de meios de comunicação social para um apoio sólido e coerente a ecossistemas de informação resilientes.

Os meios de comunicação de interesse público precisam de financiamento, mas também de infraestruturas, competências, intermediários, regras justas, relações com o público, capacidade tecnológica e salvaguardas de independência. Nenhum interveniente, por si só, pode assegurar tudo isto. As instituições da UE, os responsáveis pela conceção de programas, as organizações de desenvolvimento dos meios de comunicação, os financiadores, os meios de comunicação locais e os investigadores têm, cada um, responsabilidades distintas.

A tarefa agora consiste em articular estas responsabilidades. Se a Europa pretende que os meios de comunicação social locais sejam um pilar da participação democrática, da responsabilização, da coesão social e da resiliência, deve construir melhores sistemas de apoio.



**Financiado pela  
União Europeia**

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são, contudo, da exclusiva responsabilidade do(s) autor(es) e não refletem necessariamente os pontos de vista e as opiniões da União Europeia ou da Agência Executiva Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a autoridade que concede a subvenção podem ser responsabilizadas por esses pontos de vista e opiniões.



Good Journalism. Better Societies

IMS is a non-profit organisation working to support local media in countries affected by armed conflict, human insecurity and political transition.

CONTACT

[info@mediasupport.org](mailto:info@mediasupport.org)

VISIT

[www.mediasupport.org](http://www.mediasupport.org)

CONNECT

 [IMSforfreedia](#)

 [IMSforfreedia](#)

 [IMSforfreedia](#)

 [IMSInternationalMediaSupport](#)

 [ims-international-media-support](#)

 [IMSforfreedia.bsky.social](#)