



WORKSHOPS TEMÁTICOS NORTE 2030

Oportunidades de financiamento do Norte no ciclo 2021-27 das Políticas da União Europeia

Workshop “CIDADANIA, VALORIZAÇÃO DOS MEDIA E COMUNICAÇÃO SOCIAL”

Jorge Sobrado | 14 julho 2021

Para que serve um workshop sobre Cidadania e Media na Região Norte?

Pormenor de escultura na Igreja do Mosteiro de Santo André de
Ancede, Baião



PRESSUPOSTOS DA AÇÃO DA CCDR-NORTE NUMA “AGENDA” PARA A CIDADANIA E OS MEDIA REGIONAIS

- Os media são um elemento central e estruturante na formação das opiniões públicas e do exercício esclarecido da cidadania.
- A Comunicação e a Participação são indispensáveis a uma consciência territorial, à identidade coletiva e ao branding territorial.
- Os media (tradicionais e novos, de informação, “entretenimento” ou culturais) são um setor com potencial de emprego qualificado, de inovação e valor acrescentado na economia, com “externalidades” positivas.

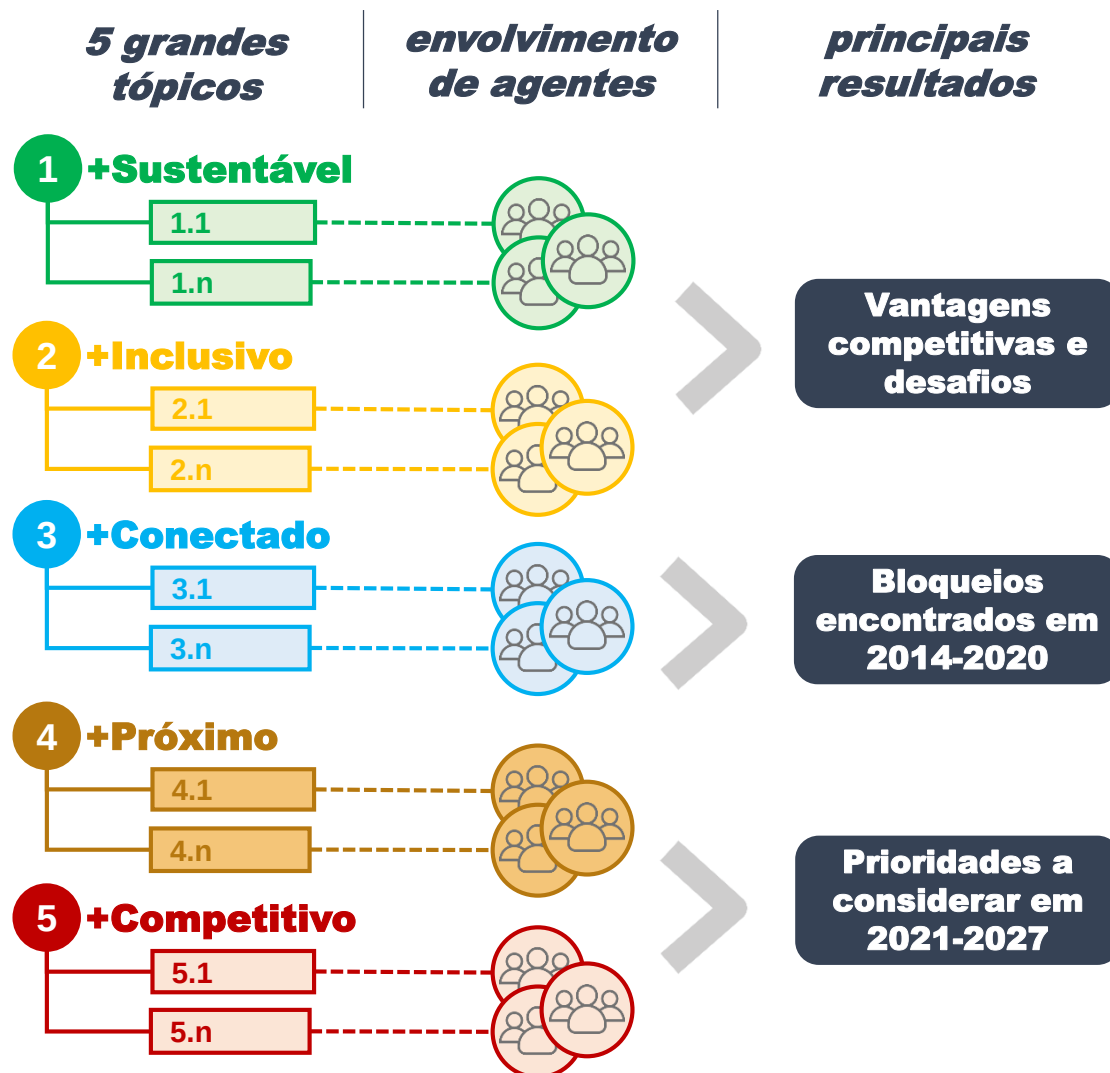
Para que serve um workshop sobre Cidadania e Media na Região Norte?

- 1) Ensaiair uma fotografia de dinâmicas, oportunidades e desafios atuais da Região Norte.
- 2) Propor objetivos específicos, metas & prioridades, projetos estruturantes e mobilizadores, programas de intervenção que respondam a novos desafios, suscetíveis de enquadramento no novo pacote de fundos comunitários com aplicação a Norte.
- 3) Identificar lacunas, obstáculos e necessidades por satisfazer no quadro dos financiamentos à Região Norte.

1. Breve enquadramento // Objetivos



Ciclo de *workshops* para a preparação do novo Programa Operacional Regional do Norte



LACUNAS CRÍTICAS DE UMA “AGENDA REGIONAL” PARA OS MEDIA E A CIDADANIA

- Ausência de estatísticas específicas, atuais e regulares sobre a realidade empresarial e profissional dos “media”.
- Ausência de funções de observatório e de indicadores estruturados regulares sobre cidadania e participação.
- Ausência de políticas públicas orientadas para o setor dos Media (refletida, por exemplo, na quase absoluta falta de acesso do setor aos financiamentos comunitários do PORTUGAL 2020 = próximo de zero).

1. Breve enquadramento



Estudo sobre a Imprensa Local e Regional em Portugal

Estudo transversal da imprensa local e regional portuguesa, onde se desenvolve uma caracterização geral do sector adoptando uma abordagem multi-metodológica, que abrange diferentes dimensões de análise, desde a situação económico-financeira, ao quadro jurídico da actividade, passando pela análise dos tipos de conteúdos e dos perfis de públicos deste segmento de imprensa. Foi apresentado a 30 de Junho de 2010 e realizado em parceria com a Media XXI.

A versão em papel desta publicação poderá ser facultada às entidades que nela demonstrem interesse, mediante [email](#) ou contacto telefónico para a ERC, na medida dos exemplares disponíveis.

 [Imprensa Local E Regional, Análise Económico-Financeira Setor Da Comunicação Social](#)



2011-01-14



4.91 MB



Caracterização do Sector da Radiodifusão Local

Estudo sobre o sector da radiodifusão em Portugal, com particular atenção às rádios locais, onde se apresenta uma sistematização de informação sobre diferentes dimensões desta actividade (económico-financeira, conteúdos, audiências), realizado em parceria com a Escola Superior de Comunicação Social – Instituto Politécnico de Lisboa e a empresa de consultoria Change Partners. Foi apresentado em Janeiro de 2009.



2011-01-14



3.70 MB

1. Breve enquadramento

Definição metodológica

Domínios culturais	Funções
Arquitetura	Criação
Arquivos	Disseminação/Comércio
Artes Performativas	Educação
Artes Visuais	Gestão/Regulação
Artesanato	Preservação
→ <u>Audiovisual e Multimédia</u>	<u>Produção/Edição</u> ←
Bibliotecas	
→ <u>Livros e Imprensa</u>	
Património	
.....→ <u>Publicidade</u>	

Fonte: INE, Estatísticas da Cultura 2019 (2020)

“SETORES CULTURAIS E CRIATIVOS”

“Todos os setores cujas atividades se baseiam em valores culturais e/ou artísticos ou noutras expressões criativas, quer tenham fins comerciais ou não (...).

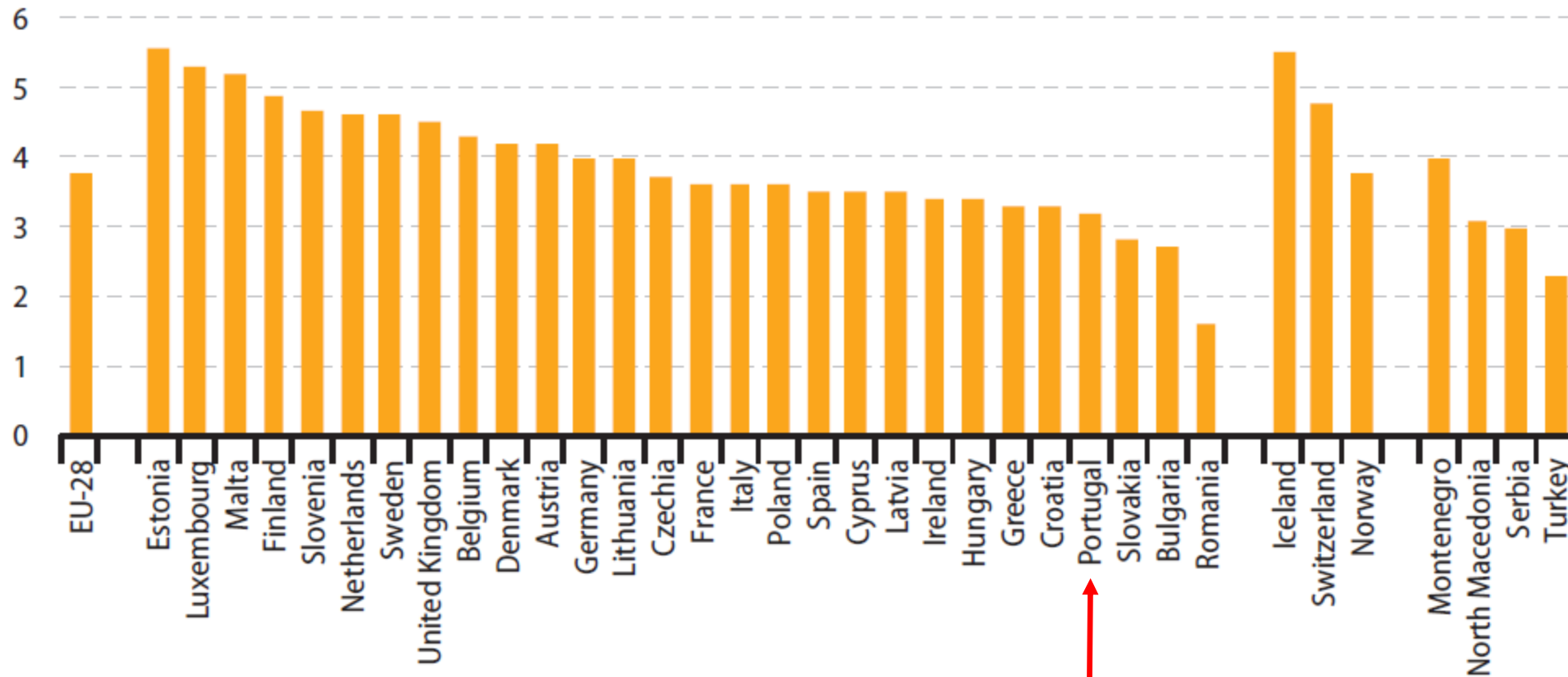
Essas atividades incluem a conceção, a criação, a produção, a divulgação e a conservação dos bens e serviços que encarnam uma expressão cultural, artística ou outra expressão criativa (...). Os setores culturais e criativos incluem, nomeadamente, a arquitetura, os arquivos, as bibliotecas e os museus, o artesanato, o audiovisual (em particular o cinema, a televisão, os jogos de vídeo e as atividades multimédia), o património cultural material e imaterial, o design, os festivais, a música, a literatura, as artes do espetáculo, a edição, a rádio e as artes plásticas.”

Regulamento (UE) n.º 1295/2013 de 11 de dezembro de 2013 que cria o Programa Europa Criativa.

2. Os Media no Contexto Nacional

Alguns Indicadores Chave

Figure 3.1: Cultural employment, 2018
(% of total employment)



Source: Eurostat (online data code: [cult_emp_sex](#))

2. Os Media no Contexto Nacional

Alguns Indicadores Chave

Figura 15: Tipos de órgãos de comunicação social descritos pelos inquiridos

Tipos de OCS	N.º	%
Detentores de publicações periódicas locais e regionais	136	53,8
Operadores de rádio local	77	30,4
Combinação de operador de rádio local e detentor de publicações periódicas locais e regionais	17	6,7
Detentor de publicações periódicas nacionais	8	3,2
Operador de televisão comercial	6	2,4
Operador de distribuição de serviços audiovisuais	2	0,8
Operador de rádio nacional	1	0,4
Operador de rádio e de televisão de serviço público	1	0,4
Agência noticiosa	1	0,4
Combinação de detentor de publicações periódicas nacionais e operador de televisão comercial	1	0,4
Combinação de detentor de publicações periódicas nacionais e operador de rádio local	1	0,4
Combinação de operador de rádio local e operador de televisão comercial	1	0,4
Combinação de operador de televisão comercial e distribuidor de serviços audiovisuais	1	0,4

N=253 (universo total de inquiridos).

Medias regionais e locais representam 85% do universo dos órgãos de comunicação social

2. Os Media no Contexto Nacional

Alguns Indicadores Chave

Quebras de receitas globais (31 de março de 2020)

Principal intervalo de perda de receitas	
Total dos inquiridos	31,6% com perdas entre 61-80%
Imprensa nacional	25% com perdas entre 21-40% 25% com perdas entre 41-60% 25% com perdas entre 61-80%
Imprensa local e regional	27,1% com perdas entre 61-80%
Operador de serviço público de rádio e de televisão	Perdas de 14%
Operadores de televisão comercial	60% com perdas entre 41-60%
Agência noticiosa	Perdas de 0%
Operadores de rádio local	44,3% com perdas entre 61-80%

Medias regionais e locais com perdas de 27% de receitas em 2020, consequência de quebras em publicidade, vendas e assinaturas.

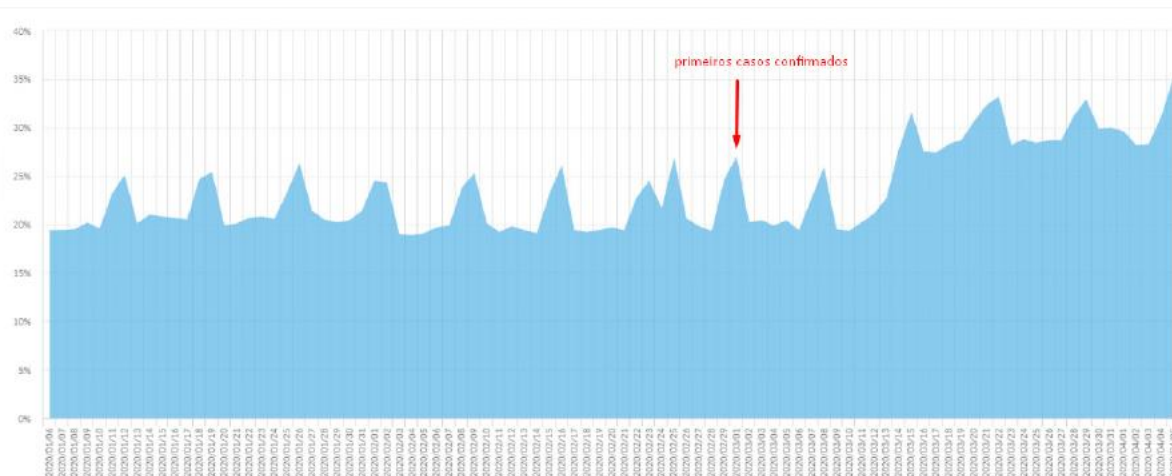
Tipos de receitas mais afetadas (31 de março de 2020)

Tipos de receitas mais afetadas	
Total de inquiridos	Publicidade Venda de exemplares Eventos
Imprensa nacional	Publicidade Eventos Venda de exemplares
Imprensa local e regional	Publicidade Venda de exemplares Assinaturas
Operador de serviço público de rádio e de televisão	Publicidade
Operadores de televisão comercial	Publicidade Venda de conteúdos Eventos
Distribuidores de serviços audiovisuais	Publicidade Serviços premium de TV e video on-demand Venda de conteúdos
Operadores de rádio local	Publicidade Eventos

2. Os Media no Contexto Nacional

Alguns Indicadores Chave

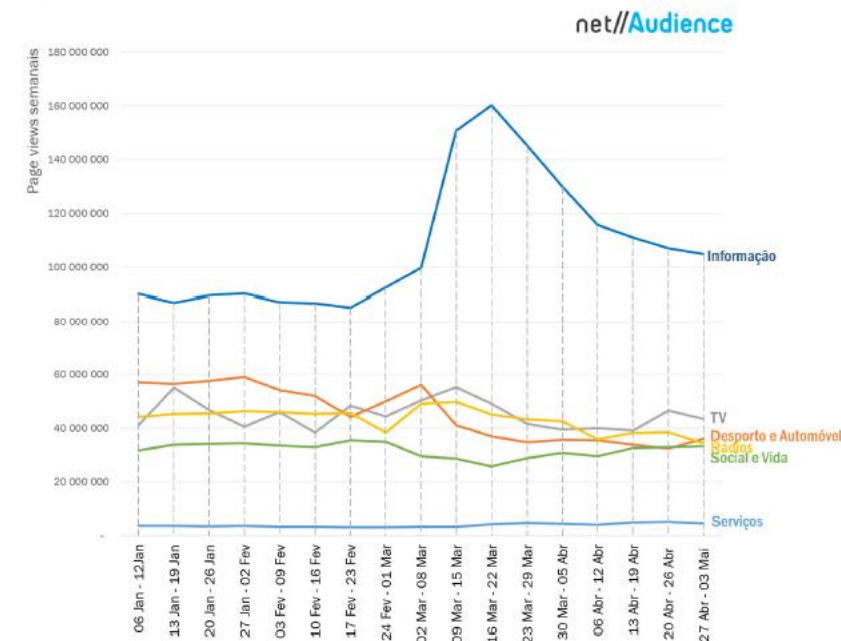
Figura 3: Evolutivo diário das audiências televisivas (1 de janeiro a 5 de abril de 2020)



Fonte: CAEM; dados analisados na plataforma YumiAnalytics da MediaMonitor/ Grupo Marktest

Aumento do consumo de informação em TV e Web, com reflexos no aumento de audiências entre os 30 e os 70%.

Figura 4: Evolutivo de *pageviews* semanais por categoria (6 de janeiro a 3 de maio de 2020)



Fonte: netAudience / Grupo Marktest.

2. Os Media no Contexto Nacional

Alguns Indicadores Chave

SITES DE FAKE NEWS EM PORTUGAL					
A Voz da Razão	Aceleras	Altamente	Bombeiros Portugueses (@osnossosbombeiros)	Bombeiros24.pt	Diariopt.com
Direita Política	Eu-gosto-e-tu	Evento XXI	Gazeta Política	Jornal Diário	Jornal Q
Luso-Jornal 2015 (diferente do lusoJornal)	LusoPT	Magazine Lusa	Noticias 24	Noticiario.com.pt	Partilhei.com
Portugal Glorioso	Semanário Extra	Tá Feio	Tuga Press	Vamos lá Portugal	Verdade.com.pt
		Video Divertido	Voxpop TV		

ites/páginas, entre outros, dedicam-se a criar e distribuir informação falsa. Juntos, têm mais de dois milhões de seguidores. Fica o a

Diário de Notícias

TSF



Fake news: sites portugueses com mais de dois milhões de seguidores

O negócio é rentável. A audiência dos *sites* de desinformação permite um retorno de milhares de euros pagos pela publicidade do Google. Só no Facebook, mais de dois milhões seguem estas páginas portuguesas.

Diário de Notícias

TSF



Exclusivo Como funciona uma rede de notícias falsas em Portugal

Vários sites sediados no Canadá alojam fake news sobre a política portuguesa. Depois, vários grupos no Facebook, com milhares de membros, divulgam-nas. O criador desta operação explica-nos porquê.

2. Os Media no Contexto Nacional

Alguns Indicadores Chave

INE 2019 – Estatísticas da Cultura

Em Portugal, em 2019, a população empregada no sector cultural e criativo foi estimada em 132 mil pessoas. 63% tinham como nível de escolaridade completo o ensino superior (que compara com 28% do emprego total da economia).

De acordo com os dados provisórios de 2019, o total das empresas do sector ascendeu a 65.175, com 6,9 mil milhões de euros de Volume de Negócios.

1873 destas empresas respeitam à edição e impressão de jornais e revistas periódicas (exclui venda), atividades de televisão e rádio (exclui produção e comercialização de filmes, vídeos e produção de programas), agências noticiosas, com um volume de negócios de 1,3 mil milhões de euros.

2. Os Media no Contexto Nacional e Regional

Alguns Indicadores Chave

QUADRO 3.5.2

Principais variáveis das empresas de edição, por CAE - Rev.3, e por região (NUTS II) - continuação

2018

CAE-Rev.3 e escalões de pessoal ao serviço	Empresas	Pessoal ao serviço	Principais gastos			Volume de Negócios			Resultado líquido do período
			Gastos com o pessoal	CMVMC	FSE	Total	Vendas	Prestações de serviços	
	N.º		1000 Euros						

5813 - Edição de jornais

Portugal	300	2 315	65 886	13 242	72 781	137 943	57 626	80 317	- 17 918
Continente	287	2 183	62 375	12 677	68 976	130 881	54 819	76 062	- 17 893
Norte	94	993	33 745	7 265	36 234	64 227	31 306	32 921	- 12 097
Centro	85	435	6 006	1 240	7 576	14 900	3 198	11 703	- 109
A. M. Lisboa	77	667	21 347	4 133	23 566	48 465	19 874	28 590	- 5 843
Alentejo	18	45	548	17	804	1 551	309	1 242	21
Algarve	13	43	728	21	796	1 738	132	1 606	135
R. A. Açores	8	61	1 214	115	1 301	2 299	823	1 476	- 135
R. A. Madeira	5	71	2 297	450	2 505	4 763	1 984	2 779	111

Norte representa 1/3 das empresas do setor editorial de imprensa, com um volume de negócios de 64M€, mas com resultados líquidos negativos.

2. Os Media no Contexto Nacional e Regional

Alguns Indicadores Chave

2018

CAE-Rev.3 e escalões de pessoal ao serviço	Empresas	Pessoal ao serviço	Principais gastos			Volume de Negócios			Resultado líquido do período
			Gastos com o pessoal	CMVMC	FSE	Total	Vendas	Prestações de serviços	
	N.º		1000 Euros						

60 - Atividades de rádio e de televisão

Portugal	372	3 723	121 775	109 204	325 767	704 010	44 073	659 936	41 509
Continente	345	3 648	120 917	109 192	324 998	702 579	44 062	658 518	41 654
Norte	100	365	5 650	33	7 336	14 168	211	13 958	- 92
Centro	81	171	1 607	29	1 704	3 542	154	3 388	- 94
A. M. Lisboa	99	2 970	112 113	109 129	314 304	681 628	43 696	637 932	42 419
Alentejo	49	102	1 101	0	1 036	2 173	1	2 172	- 454
Algarve	16	40	446	1	618	1 068	0	1 068	- 124
R. A. Açores	15	41	415	12	331	727	12	715	- 64
R. A. Madeira	12	34	442	0	438	703	0	703	- 82

Norte representa quase 1/3 das empresas do setor de rádio e televisão, com 100 empresas e 14M€ de volume de negócios, o que compara com as 99 empresas da AMLisboa e 680M€.

2. Os Media no Contexto Nacional e Regional

Alguns Indicadores Chave

QUADRO 3.5.2

Principais variáveis das empresas de edição, por CAE - Rev.3, e por região (NUTS II)

2018

CAE-Rev.3 e escalões de pessoal ao serviço	Empresas	Pessoal ao serviço	Principais gastos			Volume de Negócios			Resultado líquido do período
			Gastos com o pessoal	CMVMC	FSE	Total	Vendas	Prestações de serviços	
	N.º		1000 Euros						

5814 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas

Portugal	421	1 901	48 640	20 438	92 514	179 845	90 201	89 644	2 787
Continente	410	1 880	48 434	19 959	91 615	177 871	88 728	89 143	2 603
Norte	90	...	...	...	...	...	...	...	...
Centro	40	79	1 019	106	1 260	2 253	440	1 813	- 205
A. M. Lisboa	249	1 465	43 609	19 279	83 703	164 145	86 648	77 497	2 434
Alentejo	11	...	...	...	...	...	...	...	...
Algarve	20	40	391	48	622	1130	81	1049	54
R. A. Açores	4	10	96	112	223	460	191	269	19
R. A. Madeira	7	11	110	367	675	1 513	1 282	231	164

Norte representa 22% do setor editorial de revistas e publicações periódicas.

2. Os Media no Contexto Nacional e Regional

Alguns Indicadores Chave

2018

CAE-Rev.3 e escalões de pessoal ao serviço	Empresas	Pessoal ao serviço	Principais gastos			Volume de Negócios			Resultado líquido do período
			Gastos com o pessoal	CMVMC	FSE	Total	Vendas	Prestações de serviços	
	N.º		1000 Euros						

59 - Atividades cinematográficas, de vídeo, de produção de programas de televisão, de gravação de som e de edição de música

Portugal	3 106	6 782	99 539	22 422	422 917	622 927	45 461	577 466	55 224
Continente	3 027	6 669	98 640	22 357	421 061	619 455	45 336	574 119	54 921
Norte	516	917	9 317	6 232	21 229	38 528	9 324	29 204	1 729
Centro	313	389	2 235	1 450	3 828	9 590	2 026	7 564	2 191
A. M. Lisboa	1 994	5 034	83 780	14 337	386 060	556 174	33 723	522 451	50 337
Alentejo	107	191	2 628	47	7 355	11 011	14	10 997	593
Algarve	97	138	680	290	2 589	4 151	249	3 902	71
R. A. Açores	43	60	397	12	749	1 517	42	1 475	189
R. A. Madeira	36	53	503	53	1 106	1 955	83	1 872	114

Norte dispõe de 516 empresas (1000 profissionais) de “edição” de vídeo, som e música, e de produção de programas de TV. Cerca de 1/4 da AM Lisboa.

2. Os Media no Contexto Nacional

Alguns Indicadores Chave

2018

CAE-Rev.3 e escalões de pessoal ao serviço	Empresas	Pessoal ao serviço	Principais gastos			Volume de Negócios			Resultado líquido do período
			Gastos com o pessoal	CMVMC	FSE	Total	Vendas	Prestações de serviços	
	N.º		1000 Euros						

5821 - Edição de jogos de computador

Portugal	36	91	1 041	1	4 266	5 468	3	5 465	137
Continente	34	...	...	...	...	...	...	...	...
Norte	11	50	617	0	312	899	3	896	- 1
Centro	7	13	81	0	61	92	0	92	- 44
A. M. Lisboa	13	19	261	1	3 798	4 248	0	4 248	117
Alentejo	2	...	...	...	...	...	...	...	...
Algarve	1	...	...	...	...	...	...	...	...
R. A. Açores	1	...	...	...	...	...	...	...	...
R. A. Madeira	1	...	...	...	...	...	...	...	...

582 - Edição de programas informáticos

Portugal	389	4 218	203 402	10 981	296 549	494 639	54 573	440 066	- 8 551
Continente	380	4 173	202 477	10 981	296 266	493 153	54 573	438 579	- 8 788
Norte	145	1 195	34 199	6 193	24 781	73 802	30 284	43 518	7 268
Centro	73	423	9 183	2 159	7 138	19 618	6 541	13 077	3 764
A. M. Lisboa	148	2 510	158 026	2 619	263 978	398 651	17 714	380 937	- 19 240
Alentejo	6	22	637	2	274	475	3	472	- 508
Algarve	8	23	432	8	95	606	31	575	- 72
R. A. Açores	7	...	...	...	...	...	...	...	...
R. A. Madeira	2	...	...	...	...	...	...	...	...

Norte dispõe de 145 empresas de “edição” de programas informáticos e 11 de jogos de computador.

2. Os Media no Contexto Nacional e Regional

Alguns Indicadores Chave

7311 - Agências de publicidade

Portugal	3 992	11 624	196 844	65 775	475 758	845 252	72 948	772 303	68 747
Continente	3 884	11 308	192 310	64 908	461 869	820 164	72 221	747 942	64 962
Norte	1 082	3 095	38 877	19 043	87 330	176 571	27 219	149 351	19 118
Centro	574	1 243	14 494	9 211	23 454	57 054	14 978	42 076	6 024
A. M. Lisboa	1 902	6 245	131 071	31 418	340 429	558 106	26 353	531 752	35 708
Alentejo	121	236	2 407	2 142	4 054	10 372	2 233	8 138	2 963
Algarve	205	489	5 460	3 094	6 601	18 062	1 437	16 624	1 149
R. A. Açores	54	102	932	261	1 370	3 089	294	2 795	302
R. A. Madeira	54	214	3 603	606	12 518	21 999	433	21 566	3 483

7410 - Atividades de design

Portugal	6 226	9 325	79 211	82 602	117 313	330 614	110 994	219 620	41 019
Continente	6 047	9 083	77 818	80 812	116 349	325 436	109 703	215 734	40 199
Norte	1 898	3 276	30 702	40 147	47 283	136 222	59 841	76 381	15 231
Centro	1 020	1 446	9 439	6 599	15 138	37 157	10 909	26 248	4 821
A. M. Lisboa	2 647	3 727	34 068	26 274	47 166	130 186	31 720	98 467	17 274
Alentejo	225	271	1 224	519	2 456	5 473	918	4 556	1 118
Algarve	257	363	2 386	7 271	4 306	16 398	6 316	10 082	1 755
R. A. Açores	93	115	320	130	245	1 086	192	894	376
R. A. Madeira	86	127	1 072	1 661	720	4 091	1 099	2 992	443

Norte dispõe de quase 3000 empresas nos setores da publicidade e design com 6500 profissionais. Cerca de 1/3 do total nacional.

2. Os Media no Contexto Nacional e Regional

Alguns Indicadores Chave

2018

CAE-Rev.3 e escalões de pessoal ao serviço	Empresas	Pessoal ao serviço	Principais gastos			Volume de Negócios			Resultado liquido do periodo
			Gastos com o pessoal	CMVMC	FSE	Total	Vendas	Prestações de serviços	
	N.º		1000 Euros						

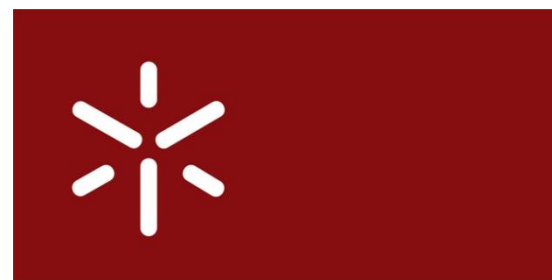
90 - Atividades de teatro, de música, de dança e outras atividades artísticas e literárias

Portugal	23 660	26 429	65 006	16 886	303 889	537 635	29 680	507 955	135 095
Continente	22 597	25 299	63 738	16 614	299 736	526 172	29 677	496 495	129 644
Norte	5 632	6 057	10 533	2 729	64 834	103 780	8 822	94 958	24 807
Centro	3 965	4 188	5 900	2 335	33 601	63 323	4 056	59 267	18 706
A. M. Lisboa	10 566	12 511	44 226	10 843	187 178	324 311	15 488	308 823	71 362
Alentejo	1 153	1 200	1 331	310	5 673	14 938	898	14 040	6 319
Algarve	1 281	1 343	1 748	396	8 451	19 819	413	19 406	8 449
R. A. Açores	503	554	801	243	2 338	5 465	0	5 465	2 020
R. A. Madeira	560	576	467	29	1 814	5 998	3	5 995	3 430

Norte dispõe de 6000 profissionais em atividades de teatro, música, dança, literatura e outras atividades artísticas. Cerca de 1/4 do total nacional.

2. Os Media no Contexto Nacional e Regional

Um forte pulmão de formação superior



Universidade do Minho



3. Os Media no Contexto Nacional e Regional

Fontes de financiamentos

NORTE2020

PROGRAMA OPERACIONAL REGIONAL DO NORTE



Creative
Europe
MEDIA



**REPÚBLICA
PORTUGUESA**

Incentivos Públicos à
Comunicação Social
Regional e Local

3. Os Media no Contexto Nacional e Regional Incentivos Públicos à CS Regional e Local

Ponto de Situação da Execução: Concurso 2016-2020 (dados março.2021)

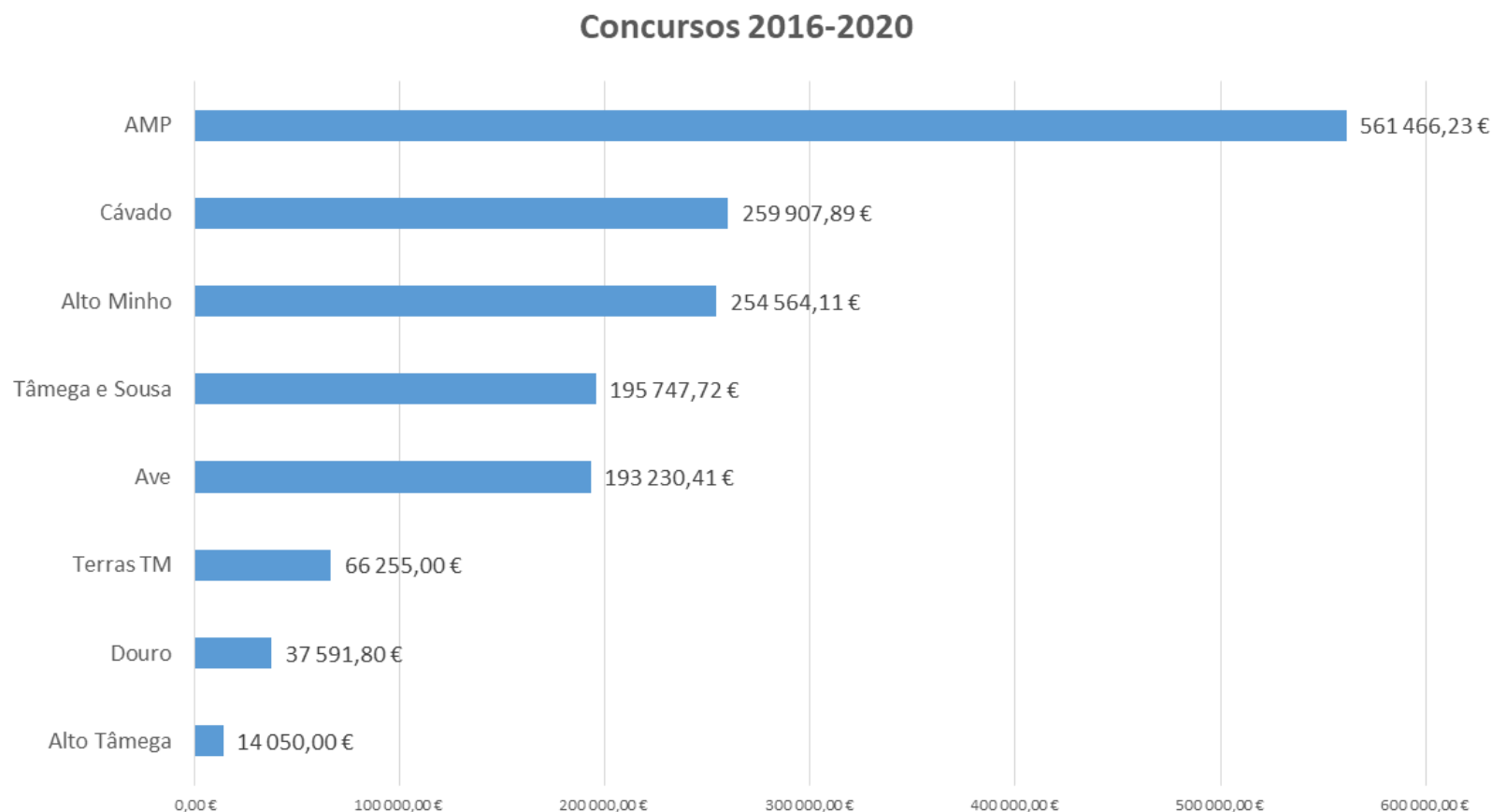
	Concurso			
	2016	2018*	2019	2020
Dotação atribuída	362 478,09 €	451 000,00 €	425 316,11 €	358 302,73 €
Apoio solicitado	294 821,17 €	516 803,09 €	412 886,17 €	358 302,73 €
Nº Candidaturas elegíveis	19	33	26	32
Execução à data	90%	80%	40%	4%
Apoio executado	267 492,76 €	364 586,68 €	166 878,30 €	13 575,30 €
Apoio por executar	24 320,17 €	43 148,02 €	246 007,87 €	334 677,43 €
Estado	Fechado	Aberto		

Montante global aprovado: 1,6M€ para 110 projetos.

3. Os Media no Contexto Nacional e Regional Incentivos Públicos à CS Regional e Local

Distribuição territorial (NUTS III) 2016-2020

- AMP concentra 35,5% dos apoio
- Equilíbrio entre Cávado e AM (16,5% cada)
- Equilíbrio entre TS e AVE (12,5% cada)
- TTM, Douro e AT registam menor captação (AT apenas com abaixo de 1% dos apoios)



3. Os Media no Contexto Nacional e Regional Incentivos Públicos à CS Regional e Local

Concurso 2021 – em fase de análise

Submissão de 43 candidaturas, distribuídas pelas seguintes tipologias:

Desenvolvimento Digital – 21

Modernização Tecnológica – 16

Acessibilidade – 2

Literacia – 4

Parcerias Estratégicas – 0

Valores previsionais:

Desenvolvimento Digital – 283.403,00€

Modernização Tecnológica – 131.137,00€

Literacia – 10.490,00€

Acessibilidade – 11.863,00€

TOTAL DE APOIO SOLICITADO: 436.893,00€

4. Media e Cidadania – Presente e Futuro

“Um novo contexto”

- A centralidade dos media (novos e tradicionais) no combate contra a desinformação, a formação da cidadania e a modernização da democracia.
- A crise dos media tradicionais e do mercado da publicidade convencional e os desafios da sustentabilidade económica das empresas e profissionais.
- A relevância central dos media regionais e locais para o desenvolvimento das “indústrias criativas” no Norte (e da indústria dos “conteúdos”).
- A relevância dos media regionais e locais para o desenvolvimento de uma economia criativa, inovadora e reconhecida, com empregos qualificados.

4. Media e Cidadania – Presente e Futuro “Um novo contexto”

- A relevância dos media regionais e locais para o fomento de vínculos de pertença simbólica aos territórios e para o conhecimento e difusão das identidades culturais.
- O desafio de inversão da situação de baixo acesso às oportunidades de financiamento do EUROPA CRIATIVA (subprograma MEDIA) e dos fundos comunitários geridos nacional ou regionalmente. (Falta de apoios especializados.)
- O desafio de explorar e incrementar as interações Media – Ciência/Investigação; Media – Indústria e Media – Territórios.

4. Media e Cidadania – Presente e Futuro “Um novo contexto”



4. Media e Cidadania – Presente e Futuro “Um novo contexto”

- Pode a Região Norte ser um território de “media” (ou de indústrias de media e “conteúdos”)?
- De que forma podem ser transformados e reconvertidos ativos tradicionais?
- Que projetos mobilizadores para a Região Norte?
- Que prioridades de financiamento?



WORKSHOPS TEMÁTICOS NORTE 2030

Oportunidades de financiamento do Norte no ciclo 2021-27 das Políticas da União Europeia

Workshop “CIDADANIA, VALORIZAÇÃO DOS MEDIA E COMUNICAÇÃO SOCIAL”

[e-mail para envio de contributos: norte2030@ccdr-n.pt]

WWW.CCDR-N.PT