




MEDIA: PODER, REPRESENTAÇÃO E EPISTEMOLOGIAS

DÍALOGOS A PROPÓSITO DA OBRA
DE ISABEL FERIN DA CUNHA

ANA CABRERA
CLARA ALMEIDA SANTOS
RITA FIGUEIRAS

EDITORAS

IMPRESA DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA
COIMBRA UNIVERSITY PRESS

The background of the page is a grid of vintage television sets, likely from the 1950s or 1960s. The sets are arranged in a staggered pattern, with some showing their control panels and others showing their screens. The entire image is overlaid with a semi-transparent teal color. The text is positioned in the upper left quadrant of the page.

A propósito da obra de Isabel Ferin da Cunha e dos eixos de investigação aplicada a que se dedicou durante a sua carreira académica, uma série de professores e investigadores das ciências da comunicação dão o seu contributo em três formas de diálogo - artigos de pendor teórico e de reflexão, artigos de tipo empírico e textos testemunhais.



I N V E S T I G A Ç Ã O



EDIÇÃO

Imprensa da Universidade de Coimbra
Email: imprensa@uc.pt
URL: http://www.uc.pt/imprensa_uc
Vendas online: <http://livrariadaimprensa.uc.pt>

COORDENAÇÃO EDITORIAL

Imprensa da Universidade de Coimbra

INFOGRAFIA DA CAPA

Carlos Costa

PRÉ-IMPRESSÃO

Jorge Neves

EXECUÇÃO GRÁFICA

Tipografia Damasceno

ISBN

978-989-26-1702-2

ISBN DIGITAL

978-989-26-1703-9

DOI

<https://doi.org/10.14195/978-989-26-1703-9>

DEPÓSITO LEGAL

451343/19

MEDIA: PODER, REPRESENTAÇÃO E EPISTEMOLOGIAS

DIÁLOGOS A PROPÓSITO DA OBRA
DE ISABEL FERIN DA CUNHA

ANA CABRERA
CLARA ALMEIDA SANTOS
RITA FIGUEIRAS

EDITORAS

IMPrensa DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA
COIMBRA UNIVERSITY PRESS

**AS ELITES ECONÓMICAS E POLÍTICAS E OS MEIOS
DE COMUNICAÇÃO: UMA RESENHA HISTÓRIA SOBRE OS
GRUPOS DE MEDIA EM PORTUGAL NO SÉCULO XX**

A última década tem sido marcada por grandes mutações nas estruturas de capital das empresas de *media* em Portugal, com operações de aquisição e alienação levadas a cabo por parte de investidores envolvidos nos mais diversos setores de negócio, alguns dos quais nem sempre transparentes. Tais operações têm também vindo a expor a fragilidade financeira das empresas mediáticas portuguesas cuja sobrevivência depende menos da sua atividade operacional e mais da capacidade de atrair investidores cujas decisões de investimento não sejam motivadas pela rentabilidade financeira.

Esta situação de debilidade do setor dos *media* em Portugal acompanha uma tendência global que emergiu na última década e meia e que tem por base a transferência das receitas publicitárias dos meios de comunicação para plataformas online que permitem chegar a públicos-alvo com um menor volume de investimento (Picard, 2013). No caso português, o cenário instalado após a crise financeira de 2010 tornou clara a dependência das principais empresas de media em relação a grupos com interesse nas esferas económica e/ou política. Longe de ser uma realidade nova, trata-se antes de uma dependência crónica que resulta de condições estruturais do mercado mediático português que, ao longo da sua história, se relevou quase sempre incapaz de se libertar da dependência dos interesses político-económicos. Tal pode ser, em parte, explicado pela exígua dimensão do mercado na medida em que, como demonstrou Manuel Puppis (2009), a norma vigente nos estados de pequena dimensão é a existência de um elevado nível de dependência dos media em relação à esfera política.

A par desta explicação, interessa também considerar que, sendo os media importantes fontes de poder simbólico (Thompson, 1995), existe uma longa tradição do controlo destes por parte das elites políticas e económicas que, com honrosas exceções, tendem a considerá-los como uma extensão do seu próprio poder. Se tal era uma evidência no período do Estado Novo, durante o qual o regime e as elites económicas confluíam no controlo dos principais meios de comunicação, a situação acabaria por não se alterar de modo significativo após o 25 de abril com os principais meios a serem controlados pelo próprio Estado. Acresce que, após a vaga de privatizações ocorridas nos anos 90, a maioria das empresas mediáticas continuaram sob o controlo de grupos económicos pertença das elites tradicionais com interesses em diferentes setores económicos e na política.

Tendo por base este cenário, o presente artigo visa apresentar uma resenha do aparecimento e desenvolvimento dos grupos de comunicação em Portugal durante o século XX, demonstrando de que modo a sua constituição e desenvolvimento ficou marcada por uma dependência estrutural dos poderes instalados. Pretendemos, deste modo, dar um contributo para a discussão informada sobre o sistema mediático contemporâneo controlado por empresas que encontram as suas raízes em projetos mediáticos nascidos durante o Estado Novo ou nas primeiras décadas do novo regime democrático.

O Nascimento dos primeiros grupos de comunicação em Portugal

Ao contrário dos países do Norte da Europa, onde a imprensa profissional passou a ser um negócio lucrativo a partir de meados do século XIX, em Portugal o jornalismo teve um desenvolvimento mais tardio quando comparado com a maioria dos países europeus. Tal retardou também o aparecimento de grupos de *media*, levando a que a incorporação de diversos meios de comunicação numa única empresa se tivesse tornado evidente apenas durante o período marcelista (Cabrera, 2006). Tal não invalidou, contudo, que durante o consulado de Salazar à frente do governo tivessem existido empresas, dominadas por importantes grupos económicos, que controlavam mais do que um órgão de comunicação.

O caso da rádio é particularmente ilustrativo. Tendo as primeiras estações profissionais surgido durante o período de construção do próprio Estado Novo, numa altura em que Salazar não revelava particular interesse em investir neste novo meio (Ribeiro, 2017), o regime rapidamente tratou de garantir que apenas teriam viabilidade financeira as estações cujos proprietários eram da sua inteira confiança. Senão vejamos: até 1974 foram três as estações que assumiram um maior protagonismo no cenário radiofónico português, sendo, aliás, as únicas que viriam a adquirir uma cobertura nacional. Referimo-nos à Emissora Nacional (empresa pública), ao Rádio Clube Português (controlado pela família Botelho Moniz, conhecida pela sua ligação ao regime), e à Rádio Renascença (propriedade do Monsenhor Lopes da Cruz, o que garantia um alinhamento com a estratégia adotada pela hierarquia eclesiástica na sua relação com Salazar) (Ribeiro, 2001).

Todas as restantes estações radiofónicas, nomeadamente as emissoras mais populares que floresceram em Lisboa e Porto, tiveram sempre um raio de ação bastante limitado, desde logo porque o Estado Novo, aproveitando o pretexto da IIª Guerra Mundial, obrigou estas estações a partilharem uma única frequência, dividindo entre si as horas de transmissão. Foi assim que nasceram os Emissores Associados de Lisboa e os Emissores do Norte Reunidos, estações conhecidas sobretudo pelo seu cariz popular (Santos, 2005). Além de apenas lhes ser permitido emitir durante um número bastante limitado de horas, pois a mesma frequência era utilizada por várias estações, estas emissoras estavam inibidas de difundir publicidade, o que as levava a uma luta diária pela sobrevivência. Tal aumentava de modo exponencial a sua dependência das simpatias do governo pois qualquer multa, ou outro tipo de sanção aplicada pelas entidades oficiais, poderia levar ao encerramento dos projetos radiofónicos por manifesta incapacidade financeira de honrarem os seus compromissos. Acresce ainda que, a partir do início da IIª Guerra Mundial, a nova legislação publicada pelo governo (decreto-lei 22.469) exigia que cada estação suportasse os custos de ter um censor permanente nas suas instalações, responsável pelo controlo dos programas. Mesmo após 1949, quando o regime estendeu aos Emissores Associados de Lisboa e aos Emissores do Norte Reunidos a possibilidade de transmitirem anúncios (Ribeiro, 2005), o facto de terem um alcance meramente local fez com que se mantivessem sempre

numa situação de grande desigualdade quando comparado com as três estações anteriormente referidas.

Ao contrário do padrão seguido na maioria dos países europeus, onde a televisão nasceu como um empreendimento lançado por empresas públicas, em Portugal a Rádio Televisão Portuguesa (RTP) foi fundada como uma sociedade anónima com capitais públicos e privados. Enquanto o Estado detinha um terço do capital da empresa, o Rádio Clube Português e a Rádio Renascença eram os outros dois maiores acionistas, destacando-se, ainda, entre o leque de investidores, o setor da banca e outras empresas do setor dos media (Carvalho, 2009).

Assegurar o controlo dos então novos meios de comunicação – rádio e televisão –, tanto pelas formas de propriedade, como pela ação dos serviços de censura, revelava-se decisivo para o Estado Novo tendo em conta que se tratavam de meios que gradualmente foram chegando à maioria da população, por contraste com os jornais que eram sobretudo lidos pelas classes sociais mais letradas. Em 1940, 52% da população portuguesa com mais de 7 anos não sabia ler nem escrever (Candeias e Simões, 1999), o que tornava difícil a penetração da imprensa que, além do mais, chegava bastante tarde às vilas fora dos distritos de Lisboa e Porto. A inexistência de uma imprensa verdadeiramente de massas é, aliás, uma das características apontadas por Daniel Hallin e Paolo Mancini (2005) na sua descrição do desenvolvimento dos sistemas mediáticos no Sul da Europa, mais especificamente nos países que os autores agrupam no modelo pluralista polarizado.

Ainda que os jornais não tivessem a capacidade de chegar à maioria da população, a obsessão da ditadura pelo controlo da imprensa justificava-se pelo facto de esta ser lida pelas elites, cujo alinhamento com a ideologia oficial era considerado crucial por Salazar. Na sua visão, “o futuro da nação e do regime dependia, sobretudo, das elites educadas no espírito do verdadeiro interesse nacional” (Rosas, 2001: 1038). Além do conteúdo das publicações periódicas ser objeto de censura, nos anos 30 o Estado Novo tomou igualmente um conjunto de medidas que levariam à falência as publicações que manifestamente não estavam alinhadas com o pensamento único exigido pelo regime (Gomes, 2006).

Durante todo o período da ditadura, o *Diário de Notícias* e *O Século* seriam os dois matutinos de referência com maior impacto junto da opinião pública. O primeiro seria, aliás, o título de maior tiragem, o que é comprovado pelas estimativas apresentadas por Júlia Leitão de Barros, relativas aos anos 40 (1993: 73-75), e por Ana Cabrera, referentes ao período marcelista (2006: 84). O *Diário de Notícias*, que se manteve como o mais antigo matutino em circulação até ao encerramento da sua edição diária em papel em 2018, era detido pela Empresa Industrial Portugal e Colónias, no capital da qual a Caixa Geral de Depósitos teve sempre uma importante participação, passando mesmo a acionista maioritário nos anos 70 (Cabrera, 2006: 85). A mesma empresa era igualmente proprietária de outros títulos, destacando-se o *Jornal de Notícias*, o matutino de maior expressão entre os que se publicavam no Norte do país, sobretudo vocacionado para uma informação popular (Vieira, 1998: 271). As outras publicações detidas pela Empresa Industrial eram o *Mundo Rural* e *Mundo Desportivo*.

Entre 1939 e 1971 o *Diário de Notícias* foi dirigido por Augusto de Castro, exceto durante um curto período de tempo (1945-1947) durante o qual este ocupou o cargo de Embaixador de Portugal em França. A sua ligação ao regime era, aliás, conhecida, tendo sido Comissário da Exposição do Mundo Português, realizada a pretexto da comemoração dos centenários da fundação da nacionalidade e da reconquista da independência. A Exposição, o maior ato de propaganda do regime, foi um evento de exaltação da grandiosidade do génio e do Império portugueses sob o comando de Salazar, na qual o diretor do diário de maior circulação no país teve uma forte participação. Não estávamos, portanto, perante um título que pudesse sequer tentar dar dores de cabeça ao regime, na medida em que os interesses económicos da empresa proprietária garantiram sempre o alinhamento da direção do jornal com a ideologia do regime.

O segundo matutino de referência, *O Século*, adquiriu também uma importante preponderância no panorama jornalístico português. Propriedade da Sociedade Nacional de Tipografia, a partir de 1938 o sócio maioritário passou a ser João Pereira Rosa, diretor do jornal desde 1926. Seria um cargo no qual se haveria de manter até à sua morte em 1962, sendo sucedido pelo seu filho Guilherme (Tengarrinha, 2006: 225). O jornal ficou conhecido pela sua vasta

rede de correspondentes, a maior da imprensa portuguesa, e pela organização de iniciativas de caráter lúdico, cultural, desportivo e de solidariedade social, de entre as quais se destaca a Colónia Balnear Infantil, fundada em 1927. Outra das marcas do jornal durante o período do controlo pela família Pereira Rosa foi o lançamento de diferentes títulos dedicados a temáticas diversas, nomeadamente *O Cinéfilo* (1928-1936), *O Século Ilustrado*, *A Vida Mundial*, *Modas e Bordados* e *Jacto*. A ideia de aproveitar sinergias entre os títulos era então já evidente na forma de organização do negócio da Sociedade Nacional de Tipografia, podendo neste caso falar-se de um grupo de media ainda que monomediático, atuando exclusivamente no setor da imprensa.

Fiel à sua matriz republicana fundacional, “embora justificadamente a sua atitude perante o regime fosse tida como “louvaminheira” pela Imprensa” (Tengarrinha, 2006: 225), a verdade é que a relação de *O Século* com o Estado Novo nem sempre foi a mais pacífica. No pós-IIª Guerra Mundial, a sua postura de menor colaboração com o governo valeu-lhe o afastamento da organização da Feira Popular de Lisboa, entre 1948 e 1950, cujas receitas o jornal utilizava para financiar diversas atividades, nomeadamente os campos de férias organizados para crianças carenciadas. Nos anos 50, Pereira da Rosa seria chamado a presidir ao Grémio da Imprensa e foi igualmente procurador à Câmara Corporativa. Foi nesta qualidade que expressou a sua posição a favor de uma lei de imprensa e contra o regime de censura prévia (Serra, 1996), contribuindo para que o convívio com o regime fosse mais atribulado do que o do *Diário de Notícias*. Tratando-se de um projeto editorial controlado por uma empresa familiar cujas relações com Salazar nem sempre foram as melhores, *O Século* viveu grandes dificuldades económicas ao longo dos anos 60, o que levou à sua aquisição pelo BIP – Banco Internacional Português – em 1972, passado desta forma a integrar um dos grandes grupos económicos portugueses (Cavaco, 2012), a par dos restantes títulos que a Sociedade Nacional de Tipografia havia criado nas décadas anteriores.

No que se refere à imprensa vespertina, o *Diário Popular*, cuja publicação se iniciou em 1942, foi o título que conquistou um maior número de leitores “sobretudo pela maior agilidade e dinamismo que imprimiu à informação e pelo desenvolvimento de temas sensacionalistas ao gosto do grande público” (Tengarrinha, 2006: 215). A par do sensacionalismo, o jor-

nal apostou fortemente em reportagens inovadoras que o levaram a atingir uma notoriedade próxima do *Diário de Notícias* entre os leitores da capital. Propriedade da Sociedade Industrial de Imprensa, que também detinha o *Jornal do Comércio*, o desportivo *Record* e a revista *Rádio e Televisão*, e cujos sócios eram Henrique Balsemão, Brás Medeiros e Francisco Pinto Balsemão (tio), o grupo acabaria por ser vendido ao Banco Borges & Irmão em 1972 (Cabrera, 2006). Empresas pertencentes a esta mesma instituição financeira haviam participado, dois anos antes, na constituição da Sociedade de Estudos e Gestão de Empresas, que passou a deter o jornal *A Capital* (Cavaco, 2012). Fundado em 1968 por um grupo de jornalistas que abandonaram o *Diário Popular*, o título entrou rapidamente em colapso financeiro, tendo sido adquirido pelos principais grupos económicos, nomeadamente CUF, Tabaqueira, Espírito Santo e Borges & Irmão, após diligências levadas a cabo pelo Secretário de Estado da Informação, Moreira Baptista, com o aval de Marcello Caetano (Palla, 1990).

De entre os projetos mais independentes, ou seja, que exibiam uma postura não laudatória do regime, o *Diário de Lisboa* destacou-se como o de maior sucesso pela qualidade literária dos seus colaboradores, ainda que tivesse sido um jornal “caracterizado por crises sucessivas na redação” (Cabrera, 2006: 86), o que dificultou a sua afirmação enquanto jornal de referência. Propriedade da família Ruella Ramos, o Banco Nacional Ultramarino detinha 33% do capital do jornal.

No final dos anos 60, os jornais de maior tiragem em Portugal estavam efetivamente integrados em empresas que publicavam vários títulos e pertenciam aos principais grupos económicos portugueses. Paralelamente, tanto a Caixa Geral de Depósitos como o Banco Borges & Irmão e o Banco Intercontinental Português detinham posições minoritárias no capital da RTP (Carvalho: 2009), tratando-se, portanto, de grupos económicos com interesses em mais do que um setor dos media, o que, aliás, também sucedia com a família Botelho Moniz, proprietária do Rádio Clube Português, que, por sua vez, era o maior acionista privado da RTP. Assiste-se, neste período, ao aparecimento de empresas com interesses em diferentes meios, o que coincide com o surgimento dos primeiros grupos multimédia na maioria dos países ocidentais (Picard, 2011).

No panorama mediático do Estado Novo, há ainda a destacar dois proprietários com posições significativas em alguns meios: o Episcopado e o próprio regime. Este último, além de ser acionista maioritário da RTP, era igualmente dono dos títulos *Diário da Manhã* e *A Voz*, cujas redações se fundiram em 1971, dando origem a um novo jornal: *A Época*. Esta reconfiguração teve lugar depois de a União Nacional, proprietária do *Diário da Manhã*, se ter convertido na Ação Nacional Popular com o intuito de demonstrar a suposta abertura do regime durante o consulado de Marcello Caetano na chefia do governo.

Tal como Ana Cabrera demonstrou, apesar de a imprensa portuguesa viver situações económicas diversificadas, com alguns títulos a apresentarem estruturas financeiras bastante débeis, no início da década de 70 os principais grupos económicos portugueses manifestaram um interesse muito visível em investir na imprensa, dando assim continuidade a uma “longa tradição de contactos paralelos entre os grupos económicos (...) e os jornais” que serviam para garantir a publicação de notícias favoráveis às empresas ou para “apagar ou atenuar o relato de assuntos desvantajosos” (2006: 89). É igualmente nesta fase final do Estado Novo que ganha folgo o jornal *República*, cuja tiragem havia sido meramente residual nas décadas anteriores. A partir de 1970, um grupo de dirigentes da Ação Socialista Portuguesa entra de forma concertada no capital do título, o que teria efeitos visíveis a partir de 1972 quando o *República*, então dirigido por Raúl Rego, começou a adquirir um papel mais preponderante no panorama jornalístico (Mesquita, 1994).

Entretanto, já praticamente no final do estado Novo, em 1973, nasce o semanário *Expresso*, um novo projeto editorial que se tornaria emblemático por um conjunto diverso de razões. Em primeiro lugar, tratou-se do primeiro título a surgir durante a vigência da nova lei de imprensa de 1972, que permitia a fundação de novas publicações sem uma interferência direta dos órgãos do Estado. Associado à Ala Liberal, a sua criação marcou efetivamente o início de uma nova era no panorama da imprensa portuguesa, não apenas pela novidade da linha editorial, mas pelo facto de o fundador, Francisco Pinto Balsemão, ter revelado, na constituição da estrutura acionista da empresa, uma preocupação em controlar as várias etapas do negócio. Ao criar a Sojornal, da qual era sócio maioritário, Balsemão escolheu como parceiros a família Ruella

Ramos (proprietária da Renascença Gráfica na qual o *Expresso* era impresso), Manuel Bulhosa (com negócios na área da distribuição), a Sociedade Nacional de Sabões (detentora da agência de publicidade CIESA), e a família Botelho Moniz (proprietária do Rádio Clube Português), entre outros. A entrada dos donos da maior estação radiofónica privada portuguesa no capital da Sojornal é também particularmente relevante por denunciar o facto de Francisco Pinto Balsemão já pensar “no futuro desenvolvimento de uma empresa multimédia” (Cabrera, 2006: 89), estando desta forma reunidos os parceiros que poderiam potenciar a criação de um grupo de comunicação.

Do ponto de vista da propriedade dos media, a fundação da Sojornal seria um dos mais importantes acontecimentos do final da ditadura, a par da entrada da banca no vespertino *A Capital*, em 1970, bem como na Sociedade Nacional de Tipografia (*O Século, O Século Ilustrado, A Vida Mundial, Modas e Bordados e Jacto*) e na Sociedade Industrial de Imprensa (*Diário Popular, Jornal do Comércio, Record e Rádio e Televisão*), em 1972. O setor financeiro, ou seja, os principais grupos económicos portugueses, passaram assim a estar quase omnipresentes nos principais títulos dado que a Caixa Geral de Depósitos era também uma das acionistas da Empresa Nacional de Publicidade, detentora do *Diário de Notícias e Jornal de Notícias*, e o Banco Borges & Irmão era sócio da Renascença Gráfica e detentor do *Diário Popular* (Cabrera, 2006; Cavaco, 2012).

Após o fim da ditadura, e em sequência dos acontecimentos do 11 de março de 1975, que levariam à estatização de diversos setores da economia portuguesa, incluindo a banca, a maioria da imprensa seria também ela nacionalizada. Foi o caso dos títulos anteriormente pertencentes à Empresa Nacional de Publicidade, à Sociedade Nacional de Tipografia, à Sociedade Industrial de Imprensa, bem como o jornal *A Capital*. Do mesmo modo, ficaram na alçada do Estado, na situação de intervencionados, o *Diário de Lisboa*, o *Comércio do Porto* e o *Primeiro de Janeiro* (Vieira, 1998). Por outro lado, enquanto no caso da imprensa esta passou a ser controlada pelo Estado, como consequência da estatização da banca, no caso da rádio houve uma intenção clara do poder político em assumir o controlo de todo o espectro radiofónico. Para tal, em Novembro de 1975 foram nacionalizadas todas as estações de rádio, com a exceção da Rádio Renascença, dado o VI Governo Provisório, liderado por

Pinheiro de Azevedo, temer uma reação violenta por parte do Episcopado, principalmente depois de a estação ter estado sob ocupação de movimentos da extrema esquerda entre Março e Novembro de 1975 (Ribeiro, 2002).

Com as nacionalizações da imprensa e da rádio, e dado que o Estado havia também assumido o controlo absoluto da RTP, no final de 1975 o panorama mediático em Portugal era caracterizado por um quase monopólio estatal. Tratava-se de um cenário peculiar, na medida em que as transições de regimes ditatoriais para democracias são habitualmente acompanhadas por uma maior liberdade de imprensa e não pela estatização dos órgãos de comunicação. Tal explica, aliás, a divergência dos sistemas mediáticos ibéricos. Enquanto a estatização foi a tendência mais forte das alterações introduzidas na propriedade dos media em Portugal no pós-25 de Abril, “em Espanha foi sendo construído um sistema de comunicação caracterizado pela redução do Estado (...), a ampliação do setor privado na rádio e na imprensa e o aparecimento dos primeiros grupos multimédia” (Arboledas, 2010: 154). Por outras palavras, enquanto em Espanha a reconstrução do sistema mediático seguiu as tendências verificadas na maioria dos países europeus, com a desregulação e a comercialização a assumirem-se como dominantes, tal só viria a ser uma realidade em Portugal nos anos 90, quando diversos jornais e estações de rádio seriam privatizados, o que teve lugar a par do lançamento dos primeiros canais de televisão de iniciativa privada.

Do controlo estatal à iniciativa privada

Nos anos que se seguiram ao 25 de Abril de 1974, além de uma forte presença do Estado no setor dos media, assistiu-se à proliferação de novos títulos de imprensa, a maioria dos quais fortemente politizados e que teriam uma existência efémera, nomeadamente o *Tempo*, *O Jornal*, *Jornal Novo*, *A Luta*, *A Tarde* e *Portugal Hoje*. Outros teriam uma vida mais duradora, embora sempre com uma influência diminuta, como foram os casos do diário *O Dia* e do semanário *O Diabo*. Entretanto, logo após o 25 de Abril de 1974, o Partido Comunista havia assumido um protagonismo bastante visível em várias redações, nomeadamente no *Diário de Notícias*, n’*O Século* e no *Diário de Lisboa*

(Vieira, 1998). Enquanto isso, até 1980 o *Expresso* continuou a ser dirigido por Francisco Pinto Balsemão e, posteriormente, entre 1980 e 1983, por Marcelo Rebelo de Sousa, ambos fundadores do Partido Social-Democrata.

Estávamos, portanto, perante a existência de um claro paralelismo entre os principais títulos que se publicavam no país e as várias correntes políticas. A existência deste paralelismo político da imprensa é, aliás, uma das características que Hallin e Mancini (2005) identificam nos sistemas mediáticos dos países que integram no modelo pluralista polarizado, embora este paralelismo, que existiu na segunda metade dos anos 70 e nos anos 80, tivesse assumido características menos evidentes nos anos 90, após o reaparecimento de novos grupos de comunicação multimédia.

O caminho em direção a uma imprensa comercial, que se havia iniciado com a entrada de capital dos grandes grupos financeiros na imprensa portuguesa, e que foi interrompido com a estatização de 1975, acabaria por ser retomado sobretudo a partir dos anos 90 com a reprivatização de alguns dos jornais. Contudo, além dos títulos nascidos no Estado Novo, quando falamos de imprensa comercial, preocupada com a angariação de leitores e a sua sustentabilidade financeira, ganha relevo o caso do diário *Correio da Manhã*, fundado em 1979. Tendo surgido num período de forte politização dos meios de comunicação, o novo título procurou posicionar-se como independente, praticando um jornalismo de cariz popular, procurando agradar a um maior número de leitores, e evitando, por isso, uma conotação com uma facção política específica. Detido pela Presslivre, cuja maioria do capital pertencia a Carlos Barbosa (Correia, 1997: 86), o *Correio da Manhã* foi fundado pelo jornalista Vítor Norberto Lopes Direito, tendo-se transformado no diário de maior sucesso a nascer no período pós-revolucionário.

Entretanto, em fevereiro de 1977, o governo de Mário Soares decidiu encerrar *O Século*, bem como todos os títulos anteriormente pertencentes à Sociedade Nacional de Tipografia (Vieira, 1998: 278), permanecendo como propriedade do Estado, até à década de 90, todas as restantes publicações e estações de rádio que haviam sido nacionalizadas. O panorama alterar-se-ia quando Portugal se viu forçado a liberalizar o setor dos media, em sequência da sua adesão à Comunidade Económica Europeia. Foi efetivamente no quadro europeu de desmantelamento da intervenção do Estado no setor da

comunicação que o governo português, então liderado por Aníbal Cavaco Silva, viria a reprivatizar alguns dos meios de comunicação de que era detentor. Além dos jornais, foi também reprivatizada a Rádio Comercial (ex-Rádio Clube Português), numa altura em que, dado o duopólio existente no setor, proliferavam já no país inúmeras rádios piratas que procuravam romper com o cenário radiofónico que se encontrava cristalizado. Portugal começa gradualmente a embarcar no modelo europeu caracterizado pela liberalização, desregulação e marketização do sector dos media (Murdock e Golding, 1999).

No caso dos jornais, o *Diário de Notícias* e o *Jornal de Notícias* foram reprivatizados em 1991, tendo sido adquiridos pelo grupo Lusomundo, controlado pelo Tenente-coronel Luís Silva, e que até então atuava na área da distribuição de cinema e de vídeo. Posteriormente, o grupo veio também a integrar a TSF, a primeira rádio de informação portuguesa, que após um período de existência como pirata, seria legalizada em 1989. A Lusomundo seria um dos principais grupos de media em Portugal até 2000, ano em que a empresa foi adquirida pela Portugal Telecom (PT) que, desta forma, passou a deter o *Diário de Notícias*, o *Jornal de Notícias*, e a TSF. Cinco anos depois, a PT deixaria de considerar estratégica a sua presença na área dos media, tendo alienado a Lusomundo, que seria então adquirida pela Controlinveste, uma empresa que havia tido a sua origem na Olivedesportos, fundada em 1994 por Joaquim Oliveira. O grupo detinha os direitos de transmissão televisiva das principais competições de futebol, tendo também interesses na área da imprensa desde 1994, ano em que adquiriu o desportivo *O Jogo* (título lançado em 1985).

Já no ano de 1998 a Controlinveste continuaria a sua expansão na área dos media com a criação, em parceria com a RTP e a Portugal Telecom Multimédia, do canal SportTV, que detinha, entre outros, os direitos de transmissão dos jogos da Iª Liga profissional de futebol. Tratou-se do primeiro canal por subscrição existente no país, que era então distribuído pela TV Cabo (do grupo PT).

Durante o processo de privatizações da imprensa, ocorrido no início dos anos 90, também o grupo liderado por Francisco Pinto Balsemão expandiu a sua intervenção no setor da imprensa, através da aquisição do vespertino *A Capital*, que assim se juntou aos outros títulos do grupo: o *Expresso* (que se tornara no jornal de informação generalista mais vendido em Portugal),

o *Blitz*, jornal especializado em música lançado em 1984, e a revista *Exame*, que surgiu em 1989 como a primeira revista de negócios, resultado de uma parceria com o grupo brasileiro Abril. Em 1991, foi criada a holding Impresa, que agregava os vários investimentos do grupo na área dos media que continuariam a crescer de forma decisiva ao longo da década de 90. Em 1995 foi adquirido 50% do capital da Abril/Controljornal, passando o grupo de Pinto Balsemão a deter mais de vinte revistas especializadas dedicadas aos mais diversos públicos e abarcando áreas tão diversas como sociedade, decoração, mundo automóvel e banda desenhada, entre muitos outros (Correia, 1997: 83). A partir de 1999 passou igualmente a deter a revista semanal de informação geral *Visão*, que havia sido fundada seis anos antes.

Não obstante esta expansão na área da imprensa escrita, do ponto de vista do volume de negócios, a expansão mais significativa da Impresa ocorreu em 1992 com o lançamento da SIC. Efetivamente, tal como sucedeu na maioria dos países da Europa Ocidental, também em Portugal a abertura do mercado audiovisual à iniciativa privada foi caracterizada pela entrada de grupos de imprensa na área da televisão. Tal era então percecionado como fundamental para a própria sobrevivência das empresas jornalísticas, o que levou muitos dos proprietários de jornais europeus a investir fortemente no sector televisivo nos anos 80 e 90 (Hardy, 2008). No caso da Impresa, após a atribuição de uma das licenças de televisão, a empresa lançou a SIC em outubro de 1992, aumentando substancialmente o seu volume de negócios. Já no século XXI, a expansão do grupo de Francisco Pinto Balsemão passou sobretudo pela televisão por cabo, inicialmente com a assinatura de um acordo com a PT Multimédia, detentora da TV Cabo, que lhe conferia direito de preferência no fornecimento de canais temáticos. Tal levou ao aparecimento de diversos canais com a marca SIC, nomeadamente a SIC Gold (2000), a SIC Notícias (lançado em 2001 em parceria com a TV Cabo), a SIC Radical (2001) e a SIC Mulher (2003). No ano de 2006 o acordo de preferência com a TV Cabo foi decretado como ilegal pela Autoridade da Concorrência, o que abriu caminho a uma maior diversidade de canais portugueses distribuídos via cabo (Carvalho, 2009).

Tal como a Impresa, também o grupo Presslivre, detentor do diário *Correio da Manhã*, e liderado por Carlos Barbosa, concorreu à concessão de uma das

licenças de televisão colocadas a concurso em 1991. O projeto, designado TV1, acabaria, contudo, por ser preterido pelos outros dois concorrentes, SIC e TVI, o que inibiu a expansão da empresa para o mercado televisivo. Ainda assim, a Presslivre alargaria a sua influência no setor dos media pois, aquando do início das privatizações, em 1989, adquiriu o desportivo *Record* e, aquando da legalização de dezenas de rádios piratas que existiam no país, foi-lhe igualmente atribuída a frequência regional sul, composta por uma rede de emissores que permitiam uma cobertura do país a sul de Coimbra. Nascia desta forma a Correio da Manhã Rádio. Quatro anos depois, o Estado vendeu ao mesmo grupo a Rádio Comercial (designação adotada em 1979 para o Rádio Clube Português). Na posse de duas estações radiofónicas, a Presslivre decidiu alterar a designação Correio da Manhã Rádio para Rádio Comercial Onda Média. Tratou-se, contudo, de um projeto com uma vida bastante efémera, tendo dado lugar, em 1996, à Rádio Nostalgia. No ano seguinte o grupo de Carlos Barbosa acabaria por vender tanto a Rádio Comercial como a Rádio Nostalgia àquele que um dos grupos de comunicação de grande dimensão a nascer nos anos 90: o Grupo SOCI, posteriormente Media Capital.

Propriedade, entre outros, de Miguel Pais do Amaral, dos irmãos Nobre Guedes e do próprio Carlos Barbosa (Presslivre), a SOCI havia começado por editar o semanário *O Independente*, nascido em 1988, que seria responsável pela introdução de um novo tipo de jornalismo, até então pouco usual em Portugal, baseado em fontes anónimas e procurando sobretudo o escândalo político. “Em 1993 o grupo adquire um novo perfil acionista, dominado por Miguel Pais do Amaral que (...) passa a deter 87,8% (...). Outros acionistas são Pedro Correia Marques, Paulo Portas e Nuno Leitão” (Correia, 1997: 85). Na década de 90, além das aquisições no setor da rádio, o grupo expande o seu negócio na área da imprensa, com a aquisição, entre outros títulos, do *Diário Económico* e do *Semanário Económico*, jornais que acabaria por alienar em 2002 (*Público*, 14.10.2002). A entrada no mercado da televisão acontecerá, em 1998 e 1999, com a compra da maioria do capital da TVI (estação privada fundada em 1993 por várias instituições da Igreja Católica).

Em meados dos anos 90 nasceria aquele que é atualmente o terceiro maior grupo privado de media existente em Portugal: a Cofina, uma *holding* que, aquando do seu aparecimento, detinha participações em áreas tão diversifi-

cadras como produção de aço, pasta de papel e media. Na imprensa, a Cofina adquiriu o desportivo *Record* em 1999 bem como o diário *Correio da Manhã* em 2000. Já em 2004 lançou a revista *Sábado* e, em 2006, adquiriu o primeiro diário gratuito existente em Portugal, o *Destak*, a que se seguiu, em 2009, a aquisição do seu maior concorrente, a edição portuguesa do jornal *Metro*, entretanto descontinuada. Atualmente, e depois do *spin off* das participações fora do setor dos media, a Cofina atua exclusivamente na área da imprensa e da televisão, tendo-se lançado neste último mercado em 2013 com a criação do canal CMTV.

Nas primeiras décadas do século XXI, o cenário mediático em Portugal foi sobretudo controlado pelas cinco empresas acima referenciadas: Impresa, Media Capital Controlinveste e Cofina. A estas juntava-se o próprio Estado que, após a alienação de diversos títulos de imprensa e estações de rádio no início dos anos 90, manteve a sua presença no setor através da Rádio e Televisão de Portugal e da Radio Difusão Portuguesa, empresas que passariam por um processo de fusão em 2007. Outros projetos mediáticos de relevo, ainda que representando uma pequena fatia em termos das receitas que conseguiam gerar, eram o *Público*, propriedade da Sonae, e das estações de rádio RFM, Renascença e Mega FM, detidas pelo Patriarcado de Lisboa e pela Conferência Episcopal Portuguesa.

Conclusão

A independência dos media é uma prerrogativa do sistema democrático, que se considera ser o garante da existência de pluralismo na discussão dos assuntos públicos. Garantir essa independência é, contudo, algo que se revela bastante complexo e difícil de atingir. Em Portugal, após mais de quarenta anos sob o regime da ditadura, a que se seguiu um período de estatização dos principais meios de comunicação, durante os anos 80 e parte dos anos 90 acreditava-se que a independência surgiria naturalmente após a saída do Estado do setor da comunicação social. Paralelamente, assumia-se que um mercado mais aberto ao investimento privado traria uma maior diversidade de operadores ao setor, o que permitiria alargar o número de vozes com acesso

ao espaço público. No entanto, até ao início do século XXI a maioria dos meios de comunicação permaneceram sob o controlo de um número reduzido de empresas. Da resenha histórica apresentada resulta igualmente que, desde o aparecimento dos primeiros projetos empresariais no campo dos media, existiu sempre uma relação embrincada entre os meios de comunicação e as esferas política e económica, com as elites que dominam o espaço político e que controlam os principais setores da economia a assumirem um protagonismo elevado na propriedade e/ou controlo das empresas mediáticas.

A constituição dos grupos multimédia, que se iniciou no período marcelista, e que sofreu uma interrupção após o 25 de abril, continuaria a partir dos anos 90 após a privatização de alguns meios e a abertura da televisão à iniciativa privada. Tais empresas continuaram a ser controladas por elites próximas dos poderes político e económico apresentando, contudo, uma estrutura financeira frágil que as levaria a procurar capital estrangeiro de modo a poderem garantir a sua expansão ou a sua própria sobrevivência. Em 2005 a Media Capital passaria a ser controlada pela Prisa, enquanto nos anos seguintes os grupos Impresa, Cofina e Controlinveste passaram a ter como acionistas investidores angolanos (Figueiras e Ribeiro, 2013), demonstrando a sua permeabilidade às elites económicas não apenas nacionais, mas também estrangeiras. O sistema mediático português, ao manter-se dependente dos interesses políticos e financeiros das elites aproxima-se, na visão de Isabel Ferin Cunha (2018), da realidade de outros países lusófonos, o que certamente deverá continuar a merecer a atenção de investigadores que na senda da autora procurem compreender as inter-relações existentes no espaço mediático lusófono, uma das áreas na qual o pioneirismo de Isabel Ferin é inspirador para a comunidade científica.

Referências Bibliográficas

- ARBOLEDAS, Luis (2010). “Transición Democrática y Modelo Comunicativo: La Divergencia Ibérica”. In: *Observatorio*, 4 (3): 143-167.
- BARROS, Júlia Leitão (1993). *O Fenómeno de Opinião em Portugal durante a Segunda Guerra Mundial*. Lisboa: s.n.

- CABRERA, Ana (2006). *Marcello Caetano: Poder e Imprensa*. Lisboa: Livros Horizonte.
- CARVALHO, Arons (2009). *A RTP e o Serviço Público*. Coimbra: Almedina.
- CAVACO, Suzana (2012). *Mercado Media em Portugal no Período Marcelista*. Lisboa: Colibri.
- CANDEIAS, António e Simões, Eduarda (1999). “Alfabetização e Escola em Portugal no Século XX: Censos e Estudos de Caso”, *Análise Psicológica* 1 (XVII): 163-194.
- CORREIA, Fernando (1997). *Os Jornalistas e as Notícias*. Lisboa: Caminho.
- CUNHA, Isabel Ferin (2018). “O sistema mediático lusófono existe: colonialismo, pós-colonialismo e globalização”. In: Rita Figueiras e Nelson Ribeiro (orgs.), *O Setor dos Media no Espaço Lusófono*. Lisboa: Universidade Católica Editora.
- FIGUEIRAS, Rita e Ribeiro, Nelson (2013). “New Global Flows of Capital in Media Industries after the 2008 Financial Crisis”, *The International Journal of Press/Politics*, 18 (4): 508-524.
- GOMES, Joaquim Cardoso (2006). *Os Militares e a Censura. A Censura à Imprensa na Ditadura Militar e Estado Novo (1926-1945)*, Lisboa: Livros Horizonte.
- HALLIN, Daniel e Mancini, Paolo (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- HARDY, Jonathan (2008). *Western Media Systems*. Londres: Routledge.
- MESQUITA, Mário (1994). “O Universo dos Media entre 1974 e 1986”. In: António Reis (coord.), *Os Meios de Comunicação Social. Portugal 20 Anos de Democracia*. Lisboa: Círculo dos Leitores, 360-405.
- MURDOCK, Graham e Golding, Peter (1999). “Common Markets: Corporate Ambitions and Trends in Communication in the UK and Europe”, *The Journal of Media Economics*, 12 (2): 117-32.
- PALLA, Maria Antónia (1990). “A Renovação da Imprensa, apesar da Censura”. In: António Reis (coord.), *Portugal Contemporâneo (1958-1970)*, vol. 5. Lisboa: Alfa, 207-220.
- PICARD, Robert (2011). *The Economics and Financing of Media Companies*. Nova Iorque: Fordham University Press.
- PICARD, Robert (2013). *Criação de Valor e o Futuro das Organizações Jornalísticas*. Porto: Media XXI.
- PUPPIS, Manuel (2009). “Media Regulation in Small States”, *The International Communication Gazette*, 71(1-2): 7-17.

- RIBEIRO, Nelson (2002). *A Rádio Renascença e o 25 de Abril*. Lisboa: Universidade Católica Editora.
- RIBEIRO, Nelson (2005). *A Emissora Nacional nos Primeiros Anos do Estado Novo (1933-1945)*. Lisboa: Quimera.
- RIBEIRO, Nelson (2017). “A Política Radiofónica do Estado Novo”. In José Luís Garcia, Tânia Alves e Yves Léonard (coord.), *Salazar, o Estado Novo e os Media*. Lisboa: Edições 70.
- ROSAS, Fernando (2001). “O Salazarismo e o Homem Novo: Ensaio sobre o Estado Novo e a Questão do Totalitarismo”, *Análise Social*, 157: 1031-1054.
- SANTOS, Rogério (2005). *As Vozes da Rádio 1924-1939*. Porto: Caminho.
- SERRA, João Bonifácio (1996). “Rosa, João Pereira da”. In: Fernando Rosas e J.M. Brandão de Brito, *Dicionário do Estado Novo*, vol. II: 855-856.
- VIEIRA, Joaquim (1998), “A emancipação do jornalismo português (1945-1995)”. In: *Portugal 45-95 nas Artes, nas Letras e nas Ideias*. Lisboa: Centro Nacional de Cultura, pp. 269, 273.
- TENGARRINHA, José (2006). *Imprensa e Opinião Pública em Portugal*. Coimbra: Minerva.
- THOMPSON, John (1995). *Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity.