

Continuidades e ruturas no Sistema Mediático Português (1974-2024): o regresso do Pluralismo Polarizado?

Paulo Couraceiro & Felisbela Lopes

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS) da Universidade do Minho

paulo.couraceiro@obercom.pt / felisbela@ics.uminho.pt

Resumo

A evolução do sistema de média em Portugal desde a Revolução dos Cravos em 1974 é marcada por desenvolvimentos políticos, económicos, socioculturais e tecnológicos. Este artigo identifica e examina os períodos históricos mais significativos e discute a sua evolução à luz da proposta de Hallin & Mancini (2004) para caracterizar o sistema mediático português. Através de uma abordagem diacrónica, que integra e atualiza as periodizações históricas existentes com eventos e tendências emergentes do século XXI, estabelece-se uma nova periodização que reflete os desenvolvimentos históricos do Portugal democrático até ao panorama mediático em 2024. Os resultados indicam que a evolução ocorrida

nos últimos 50 anos pode ser delimitada em oito períodos históricos distintos, começando na *revolução e estatização* (1974-1976) e terminando na *desinformação e polarização* (desde 2019), sendo que esta última fase tem características que permitem questionar o regresso do Pluralismo Polarizado em Portugal. Nas conclusões destacam-se os fatores de transformação do sistema mediático português, inicialmente definidos por opções políticas dos governos nacionais, que foram sendo substituídos pela adoção de tendências da europeização e da globalização, assim como pela necessidade de acompanhar o progresso tecnológico e a digitalização.

Palavras-chave: Portugal; media; sistemas mediáticos; história; política; pluralismo polarizado; jornalismo; liberalização; convergência; plataformação.

1. Introdução

Este artigo visa explorar as continuidades e as ruturas do sistema mediático português a partir da leitura dos principais eventos da sua história, abarcando um arco temporal de cinco décadas: desde a Revolução dos Cravos de 1974 até à contemporaneidade digital de 2024.

A revisão da literatura revela que os trabalhos científicos existentes que fazem uma abordagem diacrónica ao sistema mediático português estão, na sua generalidade, desatualizados e desajustados. Desatualizados, porque nesses estudos nota-se uma ausência de reflexão sobre os desenvolvimentos no século XXI, em particular as mudanças decorrentes da digitalização. Desajustados, porque o estudo do sistema mediático português tem sido caracterizado, sobretudo a partir do contexto revolucionário no pós 25 de abril, enquanto modelo pluralista polarizado (Hallin & Mancini, 2004; Santana-Pereira & Sousa, 2017), juntamente com outros países do sul da Europa. Contudo, outras leituras mais recentes integraram Portugal no modelo liberal ou equivalente (Brüggemann *et al.*, 2014; Hallin e Mancini, 2016), havendo quem defina o sistema mediático português atual como “difuso” (Silva & Sousa, 2017) ou “híbrido” (Humprecht *et al.*, 2022).

Data de submissão: 2024-02-23. Data de aprovação: 2024-11-18.

Revista Estudos em Comunicação é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *LabCom – Comunicação e Artes*, UIDB/00661/2020.

O presente estudo propõe-se oferecer uma contribuição distinta para o campo dos estudos dos média, através de uma análise histórica que integra e atualiza as periodizações existentes com novos eventos e tendências emergentes. O objetivo é estabelecer uma periodização histórica original que permita uma nova leitura sobre a evolução do sistema mediático português e a classificação de Portugal no modelo pluralista polarizado. De modo a concretizar este contributo científico, a investigação é orientada por duas questões de partida que se interligam:

1. Quais são os períodos históricos mais significativos no sistema mediático do Portugal democrático?

1.1. Como se caracterizam estes períodos em termos de eventos e mudanças no sistema mediático português?

Para responder a estas questões de investigação, o estudo emprega uma metodologia qualitativa, assente na periodização histórica. Esta abordagem permite-nos não só identificar e atualizar os marcos cronológicos e os eventos-chave que definem cada período, mas também interpretar as suas implicações no contexto mais amplo dos média portugueses. Identificam-se oito períodos históricos que são sintetizados na Tabela 2. A cronologia de eventos que percorre as cinco décadas de história é enquadrada em estudos anteriores sobre o sistema mediático português, analisando as características de cada período em termos de tendências, continuidades e rupturas, assim como da sua relação com o modelo inicial proposto por Hallin & Mancini (2004). O artigo culmina com uma conclusão que destaca os contributos deste artigo, respondendo às questões de partida e identificando as particularidades do sistema mediático português.

2. A periodização histórica do sistema mediático português

No seu influente livro de 2004, Hallin e Mancini apresentam uma tipologia que categoriza os sistemas mediáticos em três modelos distintos: o Pluralista Polarizado (Mediterrâneo), o Corporativista Democrático (Europa do Norte/Central) e o Liberal (Atlântico Norte). Cada modelo foi definido a partir das características dos países em quatro dimensões: o desenvolvimento da imprensa de massas, o paralelismo político, a profissionalização dos jornalistas e a intervenção do Estado. Apesar das críticas que se seguiram à tipologia (Hepp & Couldry, 2009; Humphreys *et al.*, 2011; Norris, 2009), vinte anos depois os sistemas mediáticos continuam a ser utilizados como modelo de análise (de la Mata *et al.*, 2024), o que se explica em grande medida pela sua versatilidade e abrangência para a análise de padrões, tendências e variações nos média em diferentes contextos nacionais.

De acordo com a proposta inicial de Hallin e Mancini (2004), Portugal faria parte do modelo pluralista polarizado, juntamente com outros países do sul da Europa, como Espanha, Grécia e Itália. Além das afinidades históricas e culturais entre esses países, como a democratização tardia, as características dos média em Portugal que justificavam esta atribuição eram as seguintes: o subdesenvolvimento da imprensa, a forte intervenção pública do Estado nos média, o pouco profissionalismo dos jornalistas e o elitismo e o clientelismo entre a política e os média, com uma ampla politização dos média que resultaria num elevado “paralelismo político”. Os mesmos autores viriam a reconhecer que essa classificação não seria apropriada para Portugal, destacando que se trata de um exemplo que ilustra a importância de “analisar a mudança e a discontinuidade no desenvolvimento dos sistemas de média” (Hallin e Mancini, 2016, p.6).

Os sistemas de média, tal como conceptualizados originalmente por Hallin e Mancini, são modelos, tipos ideais que captam as características únicas e heterogéneas das relações sistémicas subjacentes às diferentes dimensões que os constituem. Estes sistemas não são estáticos, sendo moldados por contextos históricos, sociais, políticos, económicos e culturais específicos, e sujeitos a mudanças

contínuas influenciadas por fatores internos e globais. A perspetiva nacional, neste quadro teórico, reveste-se de vital importância, uma vez que os sistemas mediáticos incorporam culturas, valores, normas e ideologias predominantes na sociedade, e as suas características estão historicamente ligadas aos sistemas políticos onde se inserem (Hallin & Mancini, 2004). Uma vez que os governantes reconhecem a influência dos média nas perceções dos cidadãos sobre a realidade política e social (Salgado, 2022; Silva & Sousa, 2017), as mudanças nos média ocorrem, desde logo, a partir de grandes transformações políticas. Contudo, os sistemas mediáticos também são influenciados por fenómenos transnacionais, como a digitalização e as pressões financeiras (Marques & Vos, 2023), que reconfiguram as paisagens mediáticas e afetam as escolhas e as preferências dos cidadãos. Consequentemente, é reconhecido que a transformação dos sistemas mediáticos ao longo do tempo e do espaço é profundamente marcada por características únicas, refletindo a interação complexa entre particularidades nacionais e influências internacionais.

Este artigo visa explorar o sistema mediático em Portugal numa abordagem diacrónica, relacionada “com a mudança, o processo, a continuidade, a transformação ou a evolução” (Widdersheim, 2018, p. 144). Como elucidam Hallin e Mancini (2004), a história permite compreender como as instituições dos média evoluem e como eventos e padrões passados moldam a sua trajetória. Adicionalmente, a influência de tendências globais em sistemas de média nacionais varia de acordo com as especificidades históricas e contextuais de cada nação, sendo que mesmo entre países na mesma área geográfica existem diferenças que refletem heranças históricas únicas (Papathanassopoulos & Miconi, 2023). Portanto, um exame diacrónico do sistema mediático português oferece uma perspetiva compreensiva e abrangente, situando as mudanças no sistema de média dentro de um panorama longitudinal de eventos nacionais significativos e de tendências globais mais amplas.

O estudo dos média em Portugal tem beneficiado de diferentes leituras e contributos de autores que apresentam propostas de periodização histórica, revelando diferentes possibilidades na ordenação e na interpretação das mudanças que se têm verificado ao longo do tempo. Apesar da diversidade científica, a maior parte dos estudos históricos circunscreve temporalmente a evolução da comunicação social em Portugal com propósitos explicativos, mas não aplica a periodização enquanto instrumento metodológico. Por exemplo, Paquete de Oliveira apresenta seis fases para caracterizar um período de doze anos entre 1974 e 1986 (de Oliveira, 1992), enquanto Mário Mesquita apresenta uma cronologia detalhada dos eventos ocorridos entre 1974 e 1994, mesclando análises temporais e setoriais da evolução dos média nacionais, com particular incidência para o período até 1986 (Mesquita, 1994). Também os trabalhos e respetivas cronologias produzidas no âmbito do projeto Mediascópico na Universidade do Minho (1995 a 1999 e 2000 a 2004) constituem referências de sistematização importantes para a historiografia do sistema mediático português (Pinto et al., 2000; Pinto & Marinho, 2008).

Outros estudos mais recentes utilizaram os princípios da periodização histórica para analisar o sistema mediático em Portugal ao longo do tempo. Todos os fizeram numa determinada perspetiva concreta, seja para contar a história do jornalismo português desde finais do século XVI (Sousa & Lima, 2021)¹; para analisar os ciclos económicos do mercado dos média entre 1975 e 2009 (Santos, 2010a); para refletir sobre a relação dos média com o sistema político desde 1974 (Cádima, 2010); ou para examinar a evolução do papel do Estado na comunicação social de 1974 a 2014 (Conde, 2019). Outro contributo útil, sobretudo para identificar os eventos mais recentes ligados à digitalização dos média, é a proposta de Bastos (2023), que explora a história do ciberjornalismo em Portugal.

1. A proposta de periodização apresentada no artigo selecionado, publicado em co-autoria com Helena Lima (2021), é aprofundada por João Pedro Sousa nos livros “Portugal: Pequena história de um grande jornalismo I: da manufatura à indústria” (2021) e “Portugal. Pequena história de um grande jornalismo II: da segmentação à digitalização” (2022).

Tabela 1. Exemplos de periodização histórica no campo dos média em Portugal

Autor	Enfoque do estudo	Periodização histórica
Sousa e Lima (2021)	História do jornalismo	(...) 1974 – 1979: disrupção revolucionária 1979 – 1995: liberalização 1995 em diante: convergência e fusão
Santos (2010a)	Ciclos económicos do mercado dos média	1975 – 1985: modelo público (estatização) 1986 – 1992: modelo de mercado 1993 – 2001: modelo de grupos económicos de média 2002 – 2009: multimédia (concentração <i>versus</i> novas empresas, negócios e tecnologias)
Conde (2019)	Papel do Estado na comunicação social	1974 – 1986: revolução e estatização dos meios de comunicação social 1987 – 2001: a abertura do sistema de média à iniciativa privada 2002 – 2014: reestruturação do setor empresarial do Estado
Cádima (2010)	Relação dos média com o sistema político	1974 – 1979: revolução e reforma Anos 80: institucionalização do regime A partir dos anos 90: institucionalização dos média
Bastos (2023)	História do ciberjornalismo	1995 – 1998: Implementação 1999 – 2000: Expansão ou boom 2001 – 2020: Depressão

Fonte: Elaboração própria

As mais recentes referências de periodização histórica do sistema mediático português identificadas na revisão da literatura (Bastos, 2023; Cádima, 2010; Conde, 2019; Santos, 2010; Sousa & Lima, 2021) têm o mérito de assinalar eventos que são importantes para compreender a sua evolução e de delimitar temporalmente períodos que traduzem dinâmicas específicas. Contudo, estes estudos apresentam também limitações. Alguns têm uma latitude histórica tão vasta que sacrificam a profundidade ou, apresentando uma cronologia detalhada, dispersam-se em múltiplos eventos ou em limites temporais pouco consolidados. Outros apresentam eventos numa lógica meramente descritiva, sem complementar com tendências transnacionais ou outras reflexões críticas. E, sobretudo, com exceção de Bastos (2023), estão geralmente desatualizados em relação aos desenvolvimentos mais recentes da digitalização. Assim, estes trabalhos anteriores, sendo ensaios cientificamente válidos, revelam a dificuldade da aplicação da periodização histórica, quer seja pelo risco de a leitura histórica tornar o resultado demasiado simplista ou por os eventos escolhidos serem demasiado subjetivos e por vezes pouco substantivos para explicar transformações complexas.

3. Metodologia

A periodização histórica, potenciando *cross-period analyses* (Lieberman, 2001), é um instrumento metodológico fundamental nas ciências sociais para estruturar e compreender as transformações ao longo do tempo. É uma técnica que envolve a divisão da história em períodos distintos, cada um caracterizado por tendências, eventos e processos sociais, políticos e culturais específicos. Esta abordagem permite simplificar a multicausalidade dos fenómenos sociais, estabelecendo etapas cronológicas para

analisar e entender as mudanças e continuidades nas sociedades humanas de maneira mais organizada e contextualizada. Assim, mantém uma linha temporal artificialmente lógica e coerente, na qual se identificam momentos de ruturas e desenvolvimentos graduais.

Neste estudo, reconhecem-se as limitações da periodização histórica, que procuram ser superadas através de uma abordagem dedutiva / *ex ante* que parte do conhecimento existente (Hollander *et al.*, 2005). Essa abordagem permite organizar e explorar a literatura disponível de modo a identificar eventos e temas relevantes assinalados por diferentes autores que estudaram o caso português.

De modo a assegurar a relevância e a qualidade do *corpus* empírico foi realizada uma pesquisa estruturada e detalhada, composta por diferentes fases. Primeiramente, foi realizada uma pesquisa na base de dados Scopus, em inglês e em português, utilizando palavras-chave específicas como “Portugal”, “sistema”, “mídia” e “Pluralismo Polarizado”, combinadas com operadores booleanos. Esta pesquisa inicial resultou em 30 documentos, dos quais apenas quatro se mostraram diretamente relevantes para o tema, evidenciando, assim, uma lacuna na literatura. Em alternativa, optou-se, então, por uma estratégia de pesquisa que ampliasse a cobertura temática a fim de obter resultados mais relevantes. Para tal, recorreu-se ao Google Scholar, uma base de dados que oferece um sistema de recomendação de resultados mais abrangente (Delgado-López-Cózar & Repiso-Caballero, 2013), que permite identificar quantas vezes um documento foi citado e por quem, facilitando a descoberta de interconexões e de autorias sobre tópicos específicos (Noruzi, 2005). Nesta etapa foram utilizadas as palavras-chave “Portugal”, “sistema”, “mídia” e “Pluralismo Polarizado”, às quais se adicionou “jornalismo” e “história”, novamente combinadas com operadores booleanos. Foram percorridas as primeiras 30 páginas de resultados, avaliando-se a relevância de cada documento através do título e do resumo.

Os documentos selecionados foram organizados num software de gestão de referências e a bibliografia citada foi analisada para expandir o escopo dos estudos considerados. Aqui destacam-se, entre outros, os estudos de Correia (2008) e de Sousa e Prado (2010) que fazem um levantamento de obras essenciais para a história contemporânea do jornalismo em Portugal, assim como os três volumes publicados no âmbito de um projeto da Universidade Nova de Lisboa intitulado “Para uma história do jornalismo em Portugal” (Baptista & Sousa, 2020; Baptista *et al.*, 2021a, 2021b). De forma complementar foram incluídos os *profile reports* sobre Portugal, publicados no âmbito dos relatórios internacionais Reuters Institute Digital News Report (2016-2024), permitindo identificar eventos específicos da última década do sistema mediático português que fornecem uma perspetiva contemporânea essencial.

A fase seguinte consistiu na sistematização dos eventos mais relevantes do sistema mediático português. Esses eventos foram identificados primeiramente a partir dos documentos que cumpriam três condições 1) estudassem o sistema mediático português; 2) fizessem uma análise de uma forma diacrónica – longitudinal – dos média e do jornalismo; 3) utilizassem a periodização histórica ou algum tipo de divisão temporal ou cronológica. Partindo desses documentos (identificados acima na Tabela 1.) foram sendo adicionados, numa folha de excel, a data e os detalhes sobre os principais eventos do sistema mediático português, até se alcançar a saturação teórica, ou seja, o ponto em que a inclusão de novos dados não resultaria em novas informações significativas. Foram posteriormente analisados outros artigos, livros, capítulos e relatórios reunidos na fase de pesquisa e compilação de bibliografia, para preencher possíveis omissões na identificação de eventos relevantes e para discutir as transformações ocorridas em 50 anos dos média no Portugal democrático.

Na etapa final, que corresponde à fase de síntese (*data reduction*), foi aplicada a técnica da periodização histórica para identificar padrões na evolução do sistema mediático português, agrupando eventos significativos em períodos distintos. Desta forma, o contributo que se segue nos resultados e discussão oferece uma visão integrada das transformações do sistema mediático em Portugal, destacando os eventos essenciais e suficientes para a compreensão do objeto de estudo.

4. Resultados e discussão

A identificação dos eventos mais importantes no sistema mediático português ao longo de cinco décadas permitiu traçar a sua evolução desde a Revolução dos Cravos em 1974 até ao final de 2024. Utilizando a técnica de periodização histórica, identificaram-se oito fases distintas que refletem mudanças significativas na paisagem mediática em Portugal. Cada período é caracterizado por um conjunto de eventos-chave e por tendências que são apresentados sumariamente na Tabela 2.

Tabela 2. Periodização histórica do sistema mediático português: 1974-2024

Período histórico	Designação	Descrição sumária
1974 – 1976	Revolução e estatização	Intensa mudança política e social, com elevada governamentalização dos média e politização no jornalismo, que marca o rompimento com a censura e conservadorismo do Estado Novo.
1977 – 1984	Institucionalização e diversificação	Início da reversão da tendência de estatização dos média, com florescimento de novos projetos jornalísticos que conduziram a um maior pluralismo na imprensa e na rádio.
1985 – 1994	Liberalização e reestruturação	Fim do duopólio na rádio e do monopólio na televisão, com a abertura à iniciativa privada que marcaria a consolidação das bases do sistema mediático português contemporâneo.
1995 – 1999	Experimentação digital e disrupção televisiva	Primeiros passos na era digital, com <i>websites</i> que funcionam sobretudo como repositórios de conteúdos, e mudança de paradigma na televisão com a liderança das audiências a ser conquistada pela primeira vez por um operador privado.
2000 – 2005	Novos modelos de negócio	Procura de maior inovação nos modelos de negócio dos média, incluindo a cobrança por conteúdos <i>online</i> , a distribuição de jornais gratuitos, e novos canais informativos nacionais nos serviços de subscrição dos operadores de televisão paga.
2006 – 2013	Convergência multimédia	Adaptação tecnológica e logística dos média para a digitalização numa perspetiva <i>cross-media</i> e utilização de novas plataformas digitais, entre as quais as redes sociais <i>online</i> e aplicações <i>mobile</i> para <i>smartphone</i> e <i>tablet</i> .
2014 – 2018	Plataformização	Surgem novos projetos jornalísticos nativos digitais que inovam nos modelos de negócio e linhas editoriais, com os média tradicionais a darem prioridade às plataformas digitais e aos processos algorítmicos de datificação, que se tornam centrais nas suas estratégias comerciais e editoriais.
Desde 2019	Desinformação e polarização	As plataformas digitais dominadas por gigantes tecnológicas multinacionais condicionam o debate sobre o futuro do jornalismo. Os desafios da desinformação <i>online</i> tornam-se prementes e a polarização política em Portugal cria desafios ao posicionamento e ao papel do jornalismo.

Fonte: Elaboração própria

Para cada período do sistema mediático português, são descritos, em seguida, os eventos e tendências mais relevantes, proporcionando alguns elementos qualitativos, necessariamente incompletos, para compreender a configuração dos média em Portugal em cada período. Os resultados apresentados, articulados com literatura relevante, procura ainda contribuir para uma nova leitura da evolução do sistema mediático português ao longo do tempo e do seu posicionamento face ao modelo pluralista polarizado sugerido por Hallin & Mancini (2004).

1974 – 1976: Revolução e estatização

No regime ditatorial que vigorou em Portugal entre 1933 e 1974, conhecido como Estado Novo, a paisagem mediática foi caracterizada por uma censura abrangente, controlo estatal sobre os meios de comunicação social e uma instrumentalização dos meios de comunicação ao serviço dos valores conservadores do regime (Mesquita, 1987). Estes elementos significam que a liberdade de expressão e a diversidade de perspetivas nos média eram fortemente restringidas.

No dia da Revolução de 25 de Abril de 1974, o papel estratégico desempenhado pela rádio e a tomada dos meios de comunicação social simbolizaram a relevância dos média, não somente como mecanismos de disseminação de informação, mas também como símbolos de autoridade e transformação social. Logo em junho de 1974 é aprovada uma lei transitória (Decreto-lei 281/74) que nomeia uma comissão ad-hoc para controlar os média, evocando a ameaça dos “meios mais reacionários” aos “segredos militares” e à “opinião pública” (Rezola, 2019). No contexto revolucionário, a pretexto da liberdade editorial, jornalistas e órgãos de comunicação alinharam-se em diferentes fações político-partidárias, contribuindo para um período de instabilidade política (Mesquita, 1994). As iniciativas que favoreciam as condições de liberdade, como a aprovação da Lei da Imprensa no início de 1975 (Decreto-Lei n.º 85-C/75), “considerada uma das mais avançadas da época” (Rezola, 2019, p. 252), coexistiam com os saneamentos com motivações políticas nos órgãos de comunicação social (Gomes, 2015).

A nacionalização da banca e dos seguros em março de 1975 (Decreto-Lei n.º 132-A/75) transferiu a propriedade de importantes jornais para o Estado (Decreto-Lei n.º 639/76) e refletiu, embora de forma não declarada, o ímpeto revolucionário. A resposta à nacionalização indireta da imprensa foi o surgimento de vários novos títulos, como o “Jornal Novo”, “O Tempo”, “O Jornal” e “A Luta”, que, perante “a multiplicação de factos noticiáveis” associados à revolução (Cardoso, 2024, p. 53) faziam da informação política um dever cívico para esclarecer e influenciar uma população com elevadas taxas de analfabetismo.

O fim do Processo Revolucionário em Curso (PREC), a 25 de novembro, iria contribuir para apaziguar a crescente tensão política. Em dezembro de 1975, a nacionalização da RTP (Decreto-Lei n.º 674-D/75) e das rádios (Decreto-Lei n.º 674-C/75) estabeleceu um novo paradigma no sistema mediático. Esta opção política resultou na formação de um monopólio na televisão e num duopólio na rádio, uma vez que a Rádio Renascença permaneceu na propriedade da igreja católica (Mesquita, 1994). A aprovação da Constituição da República Portuguesa em abril de 1976, que previa a irreversibilidade das nacionalizações (art. 83.º), estabelecia que “a televisão não pode ser objeto de propriedade privada” (art. 38.º, n.º 6), e cristalizou a estatização dos meios de comunicação que vinha a ser implementada. Ainda assim, abriu caminho para a liberdade da imprensa privada (art. 38.º) e o “pluralismo ideológico” nos meios de comunicação do Estado (art. 38.º, n.º 4).

O triénio de 1974 a 1976, que designamos de revolução e estatização, foi por isso delineado pela tensão entre a legalidade revolucionária e democrática, gerando diferentes centros de poder e lutas políticas e mediáticas (Silveira, 2011). Neste período, o debate sobre a natureza do sistema mediático emergente estava intrinsecamente ligado à “luta mais ampla pela definição da natureza do regime político em Portugal” (Mesquita, 1994, p. 361). É por isso este o período que melhor caracteriza Portugal enquanto parte de um modelo pluralista polarizado (Hallin & Mancini, 2012), não pela sua instabilidade, mas

pelas condições objetivas de funcionamento do sistema mediático, com elevada polarização política e governamentalização nos média, a par de níveis reduzidos de profissionalização do jornalismo e um incipiente desenvolvimento da imprensa. Apesar das contradições, esta época de intensa disputa pelo controlo dos média proporcionou as condições de liberdade para o início de um “movimento de fundo” de resposta à estatização dos média (Telo, 2007, p. 129), que viria a preparar terreno para uma era de informação mais aberta e democrática.

1977 – 1984: Institucionalização e diversificação

O período de institucionalização e diversificação, iniciado em 1977 e com fim em 1984, correspondeu a um tempo de transição e diversificação, com a reversão da tendência de aprofundamento da estatização e a emergência de novos projetos jornalísticos que viriam a impulsionar o pluralismo. Por um lado, na televisão, a Lei da Radiotelevisão reitera a propriedade do Estado (Lei n.º 75/79), com o sentido de progresso a ser dado apenas pela transmissão regular a cores na RTP 1 e na RTP 2. Por outro lado, na imprensa destaca-se o surgimento de alternativas de informação, como o jornal *Correio da Manhã* e o semanário *Tal e Qual*, numa linha mais popular e sensacionalistas (Lima, 2022), e na rádio as emissões piratas de âmbito local desafiam o duopólio Estado-Igreja (cf. Bonixe, 2019).

A propósito desta diversificação na viragem para a década de 80, Reis e Nunes (1994, p. 396) indicam que o “boom das rádios locais” levou a perdas nas audiências da rádio pública, Helena Lima (2022, p. 339) nota o declínio dos jornais “criados na sequência da Revolução” vocacionados para a “informação política”, enquanto Mário Mesquita (1994, p. 386) contrasta o “declínio da imprensa vespertina” com “a consolidação dos semanários como principais jornais de referência”. A “multiplicidade de jornais semanários” também identificada por Paquete de Oliveira (1992, p. 1002) reflete segundo o autor a tendência em Portugal para a proliferação de títulos para um pequeno mercado de leitores e as dificuldades organizativas e financeiras das empresas de média, que apostavam em semanários devido ao facto de a sua estrutura de pessoal e de custos ser mais reduzida.

Neste período fica evidente um traço fundamental que continuaria a marcar o sistema mediático português: o subdesenvolvimento da imprensa de massas, característico do modelo “pluralista polarizado”. No domínio político existem sinais de apaziguamento com a vitória eleitoral da Aliança Democrática (de centro-direita) em 1979 e a revisão constitucional de 1982 que reduziu a carga ideológica do Estado. São ainda evidentes os sinais de entendimento em torno da profissionalização do jornalismo, com a aprovação do Estatuto do Jornalista (Lei 62/79) e a regulação da carteira profissional (Decreto-Lei 513/79) ou a criação do primeiro curso universitário em Comunicação Social (Marinho, 2022). Contudo, esses sinais colidem com a manutenção, nas opções políticas fundamentais, do modelo estatizante de 1974-76, que serviu igualmente os interesses dos primeiros governos democraticamente eleitos (Silva & Sousa, 2017).

A influência política nos média continuou, mas passou a estar estrangida pelas regras da democracia. Por isso, na nossa perspetiva, também nesta fase será adequado integrar Portugal no modelo “pluralista polarizado” de Hallin e Mancini (2004). Ainda assim, este período foi decisivo para um sistema mediático mais diversificado e plural em Portugal, criando condições para a mudança nas características principais do sistema mediático português.

1985 – 1994: Liberalização e reestruturação

A identificação do sistema mediático português como parte do modelo pluralista polarizado marca sucessivas leituras contemporâneas da realidade portuguesa contemporânea. Contudo, o período de liberalização e reestruturação, entre 1985 e 1994, impulsionado pela entrada de Portugal na Comunidade

Económica Europeia (CEE) e pelos primeiros governos maioritários do PSD, iria alterar profundamente as características do sistema mediático português, refletindo-se na revisão constitucional em 1989 que colocava termo à irreversibilidade das nacionalizações.

Este período é marcado pela abertura dos média à iniciativa privada, com o fim do monopólio do Estado na televisão e o fim do duopólio Estado-Igreja na rádio. Na rádio foram atribuídas mais de 300 frequências locais no final dos anos 80 e a Rádio Comercial viria a ser privatizada em 1993, sendo que do processo de licenciamento destaca-se ainda a TSF enquanto rádio nacional especializada em informação jornalística que introduziu formatos inovadores como a “antena aberta” e o “Fórum TSF”, que procuravam ter “os ouvintes como principais intervenientes” (Santos, 2010b, p. 120). Após a publicação da Lei da Televisão (Lei 58/90) assistiu-se ao aparecimento dos primeiros canais privados em 1992 (SIC) e em 1993 (Quatro/TVI), o que acentuou a diferenciação entre a audiência da televisão e a audiência dos jornais (Lopes, 2007). Na imprensa, além da reprivatização dos títulos nacionalizados, como o Diário de Notícias (Decreto-Lei n.º 286/90), também surgiram novos projetos como a revista Sábado, o jornal O Independente ou o jornal Público, e outros de imprensa especializada, “o que retirou público aos títulos nacionais tradicionais” (Lima, 2022, p. 341).

A reestruturação também passou pela criação da agência de notícias Lusa (Decreto-lei 432-A/86), sendo que a liberalização procurou desgovernamentalizar os média, criando-se uma entidade independente para a regulação do setor, a Alta Autoridade para a Comunicação Social (Lei n.º 15/90), que teria dificuldades de afirmação (Santo, 2005). Esta mudança foi acompanhada pela ascensão de grupos empresariais multimédia, que começaram a tomar posição na comunicação social portuguesa (Mesquita, 1994). Contudo, como refere Paquete de Oliveira (1992, p. 1022), o investimento de capitais resultante da europeização era unidirecional, e não acompanhado por uma “troca de produtos comunicacionais” ao nível do mercado comunitário.

Hallin e Mancini viriam a reconhecer que a classificação de Portugal enquanto parte de um modelo pluralista polarizado apenas seria adequada para descrever o contexto revolucionário “tendo os níveis de paralelismo político diminuído fortemente nos anos subsequentes” (2016, p. 6). Noutro artigo colocam a hipótese de a memória dos excessos revolucionários incentivar a procura de uma maior autonomia jornalística e ainda a hipótese de Portugal ter adotado uma “estrutura de mercado que desencoraja a partidarização” (Hallin e Mancini, 2012, p. 59). Autores como Álvares e Damásio alinham pela segunda hipótese, argumentando que a pequena dimensão do mercado português leva a imprensa a adotar uma lógica de “catch-all media, mais típica do modelo liberal” (2013, p. 136).

No entanto importa reconhecer que é somente no período de liberalização e reestruturação (1985-1994) que se definem as bases para o sistema mediático contemporâneo (Salgado, 2022; Silva & Sousa, 2017) e, conseqüentemente, que o modelo pluralista polarizado deixa de ser adequado para classificar Portugal. Aqui o elemento central, no nosso entendimento, não é apenas a pequena dimensão do mercado nacional, que é estrutural pela dimensão do país, mas sim a tendência para a concentração no mercado dos média que se verifica neste período (Sousa, 1994), e que corresponde, nas palavras de Paquete de Oliveira (p. 1022), a “um novo «espírito de capitalismo»”.

Esta nova concentração no mercado está associada à europeização dos média nacionais, contribuindo para um progressivo esvaziamento dos ideários político-partidários enquanto elemento distintivo da produção jornalística. No entanto, persistem particularidades nacionais que refletem a especificidade do caso português, nomeadamente o peso da Igreja Católica no panorama mediático (Hallin e Mancini, 2010), visível nos setores da rádio, com a Rádio Renascença, e da televisão, através do projeto inicial da Quatro/TVI (cf. Cádima, 2013).

1995 – 1999: Experimentação digital e disrupção televisiva

A fase seguinte, entre 1995 a 1999, foi de experimentação digital e disrupção televisiva. É uma fase de transição para todo o sistema mediático português, desde logo com a ligação dos computadores à internet, que facilitaria a troca de informações e marcaria a o início da digitalização (Bastos, 2023).

Na imprensa, a par da aceleração da informatização das redações, assiste-se à adoção de novas linhas editoriais, à introdução de grafismos mais modernos e visualmente apelativos e à renovação geracional das equipas de jornalista (Lima, 2022), cujas competências estavam em reconfiguração. Neste período os média jornalísticos em Portugal, tanto na imprensa como na rádio e na televisão, seguindo tendências globais, fazem a transição para o ambiente digital, sendo o Jornal de Notícias pioneiro em 1995, com a TVI a emitir um noticiário online diariamente logo a partir de 1996 (Bastos, 2023). Esta transição digital significou o início da competição com novas fontes de informação na internet, incluindo websites e blogs (Santos & Pinto, 2005), datando de 1998 o primeiro jornal exclusivamente online (Bastos, 2023). No domínio da televisão, a liderança das audiências por um canal privado (SIC) ocorre pela primeira vez, impulsionada por um maior foco na informação no âmbito dos noticiários (Lopes, 2007), sendo que a “proliferação de canais temáticos (em regime de pay TV ou outro) veio fragmentar ainda mais as audiências” (Sousa, 2000, p. 44). Com a liberalização das telecomunicações (consolidada na Lei n.º 91/97), criaram-se condições de concorrência para a entrada de novos operadores no mercado, com um impulso significativo para o desenvolvimento da infraestrutura tecnológica para serviços de televisão por cabo, internet de banda larga e telecomunicações móveis (Santos, 2010).

Os eventos demonstraram a adaptação dos meios de comunicação à internet e a crescente diversificação do conteúdo disponível para o público na televisão. A natureza destes desenvolvimentos aponta também para a ausência de mudanças significativas resultantes da ação política do governo do Partido Socialista (PS), que ganhou as eleições legislativas de 1995, e que neste período se circunscreveu a “tímidos retoques a instrumentos legais e a organismos de regulamentação” (Sousa, 2000, p. 40), como a revisão da Lei da Imprensa (Lei n.º 2/99). Mesmo a liberalização das telecomunicações (consolidada na Lei n.º 91/97) é uma evolução da Lei de Bases das Telecomunicações (Lei 88/89) que antecipou as directrizes europeias de liberalização do mercado a partir de 1998 (Directiva 98/10/CE), sendo, por isso, em grande medida, uma consequência da europeização de Portugal. No plano político, a prioridade foi a continuidade ao trabalho dos governos anteriores, assim como a criação de comissões e organismos para estudar a esfera dos média, mas sem “qualquer efeito concreto no desenvolvimento e implementação de políticas” (Sousa, 2000, p. 42).

A apresentação em 1997 do Livro Verde para a Sociedade da Informação é ilustrativa deste período, com o debate da importância das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) e das potencialidades da internet. Neste sentido, o período em apreço corresponde ao surgimento de uma das principais forças motrizes da transformação dos sistemas mediáticos globais: a digitalização (Marques & Vos, 2023).

2000 – 2005: Novos modelos de negócio

O início do século XXI inaugura outro período do sistema mediático português, de 2000 a 2005, que designamos de novos modelos de negócio. Num período marcado por um declínio acentuado nas vendas em banca de jornais impressos (Bastos, 2023), começam as primeiras tentativas do jornalismo português monetizar os seus conteúdos online, indo além das receitas da publicidade digital.

Logo em 2001, a Lusa criou um mega arquivo digital pago. Mais tarde, Expresso e Público viriam a testar a cobrança aos utilizadores para acederem à versão eletrónica dos seus jornais. Contudo, apesar da “massificação da internet” ter ocorrido de forma mais acelerada do que nos média anteriores (Santos, 2010, p. 161), a leitura de jornais online permanecia relativamente baixa. Esta realidade, que correspon-

deu à passagem da “informação na rede para a informação em rede” (Bastos, 2023, p. 30), destacou o desafio de adaptação das estratégias de monetização e conteúdo à crescente digitalização. Surgiram por isso também outros modelos de negócios, como os jornais diários gratuitos distribuídos em zonas de grande afluência (casos do Destak ou do Metro), que subsistem apenas com receitas de publicidade (Fidalgo, 2006). Paralelamente assiste-se a uma generalização da “oferta de brindes e na venda de produtos associados” na compra de revistas e de jornais (Moutinho, 2008, p. 67).

A revisão da Lei da Radiodifusão (Lei 4/2001) obriga as estações a emitir 24 horas por dia, com as rádios generalistas “obrigadas a oito horas de programação própria por dia, incluindo três noticiários” (Sousa, 2008, p. 20). Esta exigência de emissão contínua e maior diferenciação nos conteúdos reflete a crescente competitividade do mercado mediático. O lançamento da SIC Notícias, o primeiro canal de notícias 24 horas em português, a que se juntaria mais tarde a RTPN, também reflete um novo modelo de negócios associado à televisão, com canais temáticos e maior segmentação de audiências, baseado na subscrição de pacotes de canais pagos e viabilizado pelo crescimento da televisão por cabo em Portugal (Santos, 2010).

Num plano marcado pela crescente perda de influência do Estado e da Igreja na rádio e na televisão, o que esta fase preconiza é uma orientação mais comercial dos meios de comunicação, assim como uma consolidação dos grupos multimédia privados (Silva & Sousa, 2017). Estava em causa um dos efeitos da globalização, seguindo exemplos de outros países, em que grandes operadores de telecomunicações, vocacionados para a distribuição, se fundiam com grupos multimédia, centrados na produção de conteúdos (Sousa, 2008). Eram os primeiros sinais de convergência multimédia, ainda no plano empresarial, que, no caso português, se manifestaram no controlo da Portugal Telecom sobre o grupo Lusomundo, aproximando ainda mais Portugal do modelo liberal.

A criação da Entidade Reguladora da Comunicação Social (ERC) no último ano deste período refletia por si a necessidade de maior regulação de uma paisagem mediática em mudança e cada vez mais complexa, na qual a ingerência política suscita desconfiança (Sousa, 2006).

2006 – 2013: Convergência multimédia

O período, que se seguiu, de 2006 a 2013, foi de convergência multimédia, com inúmeras novidades no quadro do designado ciberjornalismo (cf. Bastos, 2023). Foi por isso um capítulo crucial de adaptação e inovação tecnológica multimédia, com as empresas de comunicação social a explorarem novos dispositivos, plataformas e formatos, para manterem a relevância e a conexão com uma audiência cada vez mais digital.

Entre vários desenvolvimentos destaca-se a crescente aposta nas redes sociais online, com a abertura de páginas no Facebook (ex. RTP em 2008) ou de canais no Youtube (ex. RTP em 2006) ou a criação do cargo de gestores de comunidades (ex. Público em 2010). Também o consumo de notícias mobile torna-se uma tendência, levando os órgãos de comunicação social a otimizarem os seus sites para smartphones e tablets e a lançar aplicações específicas para esses dispositivos, inicialmente apenas produtos da marca Apple, por corresponderem a consumidores com maior poder de compra. Para além de podcasts (ex. TSF em 2006) e produções de vídeo para a web (ex. Público em 2007), exploram-se novas possibilidades interativas, como a abertura da secção de comentários em artigos online (ex. Diário de Notícias em 2010) e os apelos à participação das audiências, seja através da partilha de artigos noticiosos nas redes sociais ou do envio por email de fotografias e textos gerados por utilizadores. Esta transição implicou por isso novos processos de organização e princípios de produção cross-media, exemplificados pelo lançamento da RTP Play em 2011 enquanto serviço de streaming gratuito. Os investimentos na vertente digital justificavam uma aposta renovada nos modelos de subscrição online,

que foram implementados, entre outros, pelo jornal Público e pelo Correio da Manhã já no final deste período. Paralelamente, a marca tablóide expandiu a sua presença mediática com a criação do seu próprio canal televisivo em 2013, a CMTV.

Os novos desafios à profissionalização dos jornalistas nesta fase de convergência multimédia são captados na ideia de “redação integrada”, onde a grande maioria dos jornalistas trabalha tanto na vertente tradicional como na edição online (Garcia et al., 2018). É deste período uma importante análise empírica aos sistemas de média, seguindo a tipologia de Hallin e Mancini, que viria a colocar Portugal junto de países como os Estados Unidos, Irlanda, Holanda e Bélgica (Brüggemann et al., 2014). Em particular identifica-se que Portugal faz parte de um grupo de países com Estado “não intervencionista, que se manifesta de forma mais clara num public broadcasting relativamente enfraquecido” (Brüggemann et al., 2014, p. 1056). Este movimento seria interpretado como uma convergência de Portugal com um modelo ocidental, próximo do liberal, embora com níveis médios de desenvolvimento mercado de imprensa e profissionalismo dos jornalistas, destacando-se os níveis baixos de intervenção Estatal. Todavia, a propósito deste último aspeto, Hallin & Mancini (2016, p.7) salientam que se deve “olhar para como e não apenas para quanto o Estado intervém.” No caso de Portugal, a prevalência da televisão sobre a imprensa, corroborada por Esser e colegas (2012), anda a par com episódios de ingerências políticas, nomeadamente na RTP, pelo que o cenário de crise financeira e de identidade que caracterizou o serviço público de televisão neste período, com cenários de reestruturação e privatização (Conde, 2019), pode ser sintomático de um tipo de intervenção Estatal que alimenta sinais típicos de um modelo pluralista polarizado, onde a dimensão ideológica é saliente.

Neste período, marcado politicamente pela crise das dívidas soberanas e pela intervenção da Troika, o discurso neoliberal da austeridade encontra eco entre o jornalismo económico (Almeida et al., 2018), sendo que a preocupação com a crise nos média justifica despedimentos de jornalistas nas empresas de média (Silva, 2015). As pressões financeiras enquanto forças de transformação dos média (Marques & Vos, 2023) são fundamentais nesta fase, na qual se verifica um aprofundamento da tendência para a concentração de propriedade, com poucos grupos multimédia privados a dominar a indústria da comunicação social tradicional (Santana-Pereira, 2015; Silva & Sousa, 2017), assim como novos investimentos estrangeiros opacos e com interesses de negócio dúbios que ameaçam a transparência e democraticidade nos média (Figueiras & Ribeiro, 2015).

De uma forma geral, este período manifesta a tensão entre a crescente flexibilização das regras de concorrência, legitimada por um discurso de austeridade, de tendência liberal, e a manutenção de traços de promiscuidade entre o poder político e os média, sintomáticos do pluralismo polarizado.

2014 – 2018: Plataformização

O período de 2014 a 2018, plataformização, é de aprofundamento da convergência multimédia, com uma aceleração digital na qual os meios de comunicação social começam a dar prioridade às plataformas online, que passam a ser centrais nas suas estratégias comerciais. Um dos fatores que caracterizam essa plataformização é o surgimento de vários média alternativos nativos digitais com relevância para o sistema mediático português. Em 2014, surgiram a revista digital Divergente e o jornal online Observador, ambos caracterizados por uma maior orientação política na linha editorial e pela busca de modelos de negócios alternativos, a que se juntou, entre outros projetos nativos digitais, o Fumaça em 2016, inicialmente lançado como um podcast de jornalismo de investigação.

A estratégia de inovação e de procura de canais e formatos alternativos para novos públicos influenciou os média tradicionais. Por exemplo, em 2016, a RTP lançou a plataforma online RTP Arena, dedicada aos videojogos e com um programa semanal na televisão, firmando em 2017 uma parceria com a Twitch para alcançar um público mais jovem; nesse mesmo ano, apresentou as primeiras produções da

RTP Lab, um “laboratório criativo e experimental” para inovar em projetos audiovisuais digitais. Nas redações dos jornais tradicionais é adotado princípio do digital first, segundo o qual uma peça noticiosa concluída deve ser imediatamente disponibilizada nas plataformas digitais, mesmo que posteriormente seja incluída na edição impressa (Garcia et al., 2018). De uma forma transversal é neste período que se consolida a convicção de que a presença digital dos média é essencial para a viabilidade dos modelos de negócios, seja através de paywalls e subscrições, ou donativos, seja através da maior aposta em conteúdos e eventos patrocinados. A formação de comunidades online é tida como forma de aumentar a interação e a lealdade dos consumidores, convertendo subscritores e angariando donativos, enquanto a qualidade editorial e o branded content tornam-se imperativos para atrair anunciantes e patrocinadores.

Neste período surgiram algumas iniciativas de apoio à inovação no jornalismo, como a Digital News Initiative da Google ou o Facebook Journalism Project, que iriam beneficiar órgãos de comunicação social portugueses. Contudo, o desequilíbrio de poder face às big tech levou parte da imprensa portuguesa a lançar a plataforma Nónio em 2017, um sistema de registo de utilizadores para recolher dados e com isso aumentar as receitas publicitárias. Esse movimento surgiu numa altura em que o ad blocking estava em crescimento e as empresas Alphabet/Google e Facebook (hoje Meta) representavam cerca de 70% do mercado publicitário digital em Portugal (Cardoso et al., 2019). Este período ficou ainda marcado pela entrada na agenda mediática do fenómeno da desinformação, particularmente após a eleição de Donald Trump em 2016 nos Estados Unidos da América e do referendo do Brexit, que iriam motivar o lançamento em 2018 do primeiro site de fact-checking português, o Polígrafo.

Apesar de um discurso político progressista, na sequência de uma “saída limpa” do programa de austeridade da Troika e de uma “geringonça” política com acordos parlamentares à esquerda, no sistema mediático as dinâmicas de liberalização continuaram a acentuar-se, desta vez impulsionadas pela plataformização. A plataformização, entendida como a reorganização da produção, distribuição e consumo de conteúdos em torno de plataformas digitais dominadas por empresas tecnológicas globais (Van Dijck et al., 2018), foi uma oportunidade para novos projetos jornalísticos afirmarem-se em Portugal, mas pressionou as estruturas tradicionais dos média portugueses. Os algoritmos destas plataformas, desenhados para maximizar a interação, passaram a desempenhar um papel essencial na mediação da informação, reconfigurando as estratégias editoriais e os modelos de negócio dos média. Em particular as métricas e análise de dados tornaram-se cada vez mais determinantes na definição de conteúdos (Canavilhas et al., 2016), legitimando lógicas de datificação que estão associadas a motivações económicas que levantam preocupações éticas, sobretudo considerando os valores associados à deontologia do jornalismo.

Correspondendo a um processo de plataformização, este período aprofunda a aproximação ao modelo liberal, com a procura da sustentabilidade económica e da manutenção da competitividade do jornalismo a estar no centro das preocupações.

Desde 2019: Desinformação e polarização

O período inaugurado em 2019, apresentado como de desinformação e de polarização, acelerou a dependência dos meios digitais e criou novos desafios tecnológicos e sociopolíticos. Em agosto de 2019, as assinaturas digitais do Público ultrapassaram, pela primeira vez, as vendas em banca, sinalizando a possibilidade dos média tradicionais criarem modelos de negócio online sustentáveis. Ainda em 2019, a SIC em parceria com o Polígrafo lançou um programa televisivo dedicado à verificação de factos, que ganhou maior relevância com a chegada da pandemia de Covid-19.

A crise sanitária global, que acelerou a crise financeira dos média e exigiu um apoio excecional do governo (RCM nº38-B/2020), também intensificou os desafios da desinformação, especialmente nas redes sociais. Surgiram tentativas de regulação política da esfera digital, como a polémica Carta Portuguesa de Direitos Humanos na Era Digital (Lei n.º 27/2021), criticada por ambiguidades na definição

de desinformação e nas competências de fiscalização, o que levou o parlamento a revogar as alíneas polémicas do artigo 6.º (Lei n.º 15/2022). Além da desinformação, a crescente dependência dos meios digitais evidenciou outras vulnerabilidades, como a pirataria online, exemplificada em 2020 com o avanço em tribunal da Visapress contra o Telegram pela partilha ilegal de jornais (Cardoso et al, 2022), e os ciberataques, como os que destruíram os arquivos digitais da SIC e do Expresso no início de 2022.

O mercado mediático diversificou formatos e canais, num contexto global de crescimento do consumo de vídeo, áudio e conteúdos on-demand, com a entrada de órgãos de comunicação na rede social TikTok (ex. SIC Notícias em 2021) e o lançamento de plataformas proprietárias como a OPTO da SIC em 2020 e o Popcasts.pt da Renascença em 2021. Iniciativas como o Google News Showcase, lançado em 2021, reflete as tentativas das big tech para licenciar as notícias online e financiar os média jornalísticos, uma questão intensificada com o lançamento do ChatGPT no final de 2022 e as negociações e conflitos com empresas de inteligência artificial generativa. Neste contexto é significativa a aposta em inovação tecnológica e sobretudo na regulação do uso da inteligência artificial nas redações (como o Expresso e a SIC em 2024).

A situação de “previsível falência” em diversos grupos de média, como Global Media (no final de 2023) e Trust in News (no final de 2024), reflete as dificuldades económicas do setor. Por outro lado, a greve geral dos jornalistas de 14 de março de 2024 entrou para a história como a primeira em mais de 40 anos, demonstrando a precarização das condições de trabalho dos jornalistas. A situação voltou a colocar na agenda política a sustentabilidade do setor da comunicação social. Em julho de 2024, o Estado comprou a participação de 45,71% que a Global Media e a Páginas Civilizadas detinham na Lusa, passando a controlar 95,86 % do capital da agência de notícias e em outubro de 2024 anunciou um ambicioso e inédito Plano de Ação para a Comunicação Social. Nele, fixam-se quatro eixos: regulação do setor; serviço público concessionado; incentivos ao setor e combate à desinformação e promoção da literacia mediática. No primeiro, o Governo enuncia, entre outras medidas, a vontade de rever a principal legislação do setor; no segundo eixo, anuncia-se um novo contrato para o serviço público de média e a clarificação da estrutura acionista da Lusa numa altura em que o próprio Estado passou a deter a quase totalidade do capital dessa agência; no terceiro eixo, apresentam-se vários incentivos (sobretudo financeiros e tecnológicos) de apoio ao setor, valorizando-se particularmente os média regionais; por último, priorizam-se os cidadãos, promovendo a respetiva literacia mediática e a leitura dos jornais através do apoio a assinaturas.

Outro aspeto definidor deste período é a crescente polarização política, social e mediática, acentuada pela desinformação e pela fragmentação político-partidária, sobretudo após as eleições legislativas de 2019 (Fernandes & Magalhães, 2020). A entrada de novos atores políticos, em particular do Chega, introduziu temas polarizadores, como corrupção, imigração e identidade cultural, além de recursos discursivos típicos da direita radical populista (Marchi, 2023), como a acusação de que os jornalistas seriam “inimigos do povo”. Neste contexto, a desintermediação proporcionada pelas plataformas digitais contribui para a polarização, permitindo amplificar as mensagens e o discurso de ódio que não encontram espaço nos média tradicionais, incluindo comentários contra o jornalismo e os seus profissionais, que surgem até nos canais online dos órgãos de comunicação social (Silveirinha et al., 2022). No campo mediático, essa polarização refletiu-se no surgimento de projetos jornalísticos digitais alinhados a setores conservadores e de direita, como o Notícias Viriato, que pratica um advocacy journalism que não está previsto no ordenamento jurídico português (Alvares et al., 2021). A criação da Folha Nacional, jornal oficial do Chega, com edição impressa e online, e o caso de desinformação associado ao uso indevido de grafismos de órgãos de comunicação social em publicações nas redes sociais ilustram novas formas de legitimação de discursos polarizadores.

Considerando o exposto, e tendo como referência a proposta de Hallin & Mancini (2004), importa ainda salientar que a concentração de propriedade, que reduz o pluralismo de atores nos média (San-

tana-Pereira, 2015), aliada a práticas contemporâneas de regulação e intervencionismo estatal, que por vezes degenera em clientelismo e instrumentalização política (Silva & Sousa, 2017), pode favorecer um maior paralelismo político. Estas características, a par dos persistentes baixos níveis de circulação e de leitura de jornais, que remetem para um elitismo e subdesenvolvimento crónico da imprensa em Portugal (Santana-Pereira, 2015), afastam Portugal do modelo liberal. Adicionalmente, o sistema mediático português parece estar em transformação em algumas das suas características-chave. Até meados da década de 2010, poder-se-ia assinalar uma maior profissionalização dos jornalistas e um paralelismo político reduzido (Santana Pereira & Sousa, 2017; Santana-Pereira, 2015). Contudo, na entrada da década de 2020, além da acentuada comercialização do jornalismo (Silva & Sousa, 2017), a sua crescente precarização resulta em menos condições de trabalho para desempenhar a profissão com qualidade (Silva, 2023), contribuindo para uma diminuição da profissionalização. Simultaneamente, como vimos, o surgimento de novas forças políticas populistas (Marchi, 2023), e de projetos jornalísticos nativos digitais alinhados ideologicamente (Salgado, 2022; Alvares et al., 2021), eleva os níveis de paralelismo político.

Na atualidade, Portugal mantém uma presença do Estado na televisão e na rádio e detém a quase totalidade do capital da Lusa, enquanto todo o setor da imprensa é privado. Assim, embora o sistema mediático português contemporâneo seja caracterizado no seu funcionamento como “difuso” (Silva & Sousa, 2017) ou “híbrido” (Humprecht et al., 2022), acreditamos que tem elementos de natureza qualitativa que apontam para uma aproximação ao modelo pluralista polarizado. Em particular, o argumento sobre a pequena dimensão do mercado português (Álvares & Damásio, 2013; Hallin & Mancini, 2012) parece já não se ajustar à realidade atual, pois, a par da persistência da concentração no setor dos meios de comunicação, há hoje uma multiplicidade de atores de opinião e influência na internet que publicam conteúdos com teor informativo. No nosso entendimento, este cenário, combinado com as tendências de segmentação e personalização algorítmica nas plataformas digitais (Couraceiro & Paisana, 2024), resulta na formação de nichos de mercado para posições políticas mais radicais ou ideológicas, alimentadas por reações intensas em comentários e partilhas online, o que favorece a polarização política, por vezes motivada apenas por interesses comerciais (Marques & Vos, 2023).

6. Conclusões

Este estudo analisou a evolução do sistema mediático em Portugal ao longo de 50 anos, desde a Revolução dos Cravos até 2024, num período marcado por profundas transformações políticas, económicas, sociais e tecnológicas. A investigação centrou-se na identificação dos períodos históricos mais relevantes no sistema mediático do Portugal democrático, procurando caracterizá-los em termos de eventos e de mudanças significativas.

Os resultados permitiram identificar oito períodos distintos. O primeiro, de 1974 a 1976 (revolução e estatização), é marcado pela instrumentalização política dos média na sequência da Revolução de Abril. Segue-se o segundo período, de 1977 a 1984 (institucionalização e diversificação), caracterizado por um maior pluralismo e abertura nos média. O terceiro período, de 1985 a 1994 (liberalização e reestruturação), testemunha o fim do monopólio na televisão e do duopólio na rádio, abrindo caminho para uma era de maior liberdade e concorrência nos média. A fase seguinte, de 1995 a 1999 (experimentação digital e disrupção televisiva), evidencia os primeiros passos na era digital, marcada por uma mudança de paradigma na televisão com o aparecimento dos primeiros canais privados. O quinto período, de 2000 a 2005 (novos modelos de negócio), reflete a procura por inovação nas formas de monetização, incluindo a introdução de conteúdos online pagos. O sexto período, de 2006 a 2013 (convergência multimédia), é caracterizado pela adaptação tecnológica e logística à digitalização, ao mobile e às novas redes sociais online, com conteúdos produzidos numa perspetiva cross-media. No sétimo período, de 2014 a 2018 (plataformização), emergem novos projetos jornalísticos nativos digitais e a datificação e ló-

gica algorítmica associada às métricas rege os conteúdos produzidos. Finalmente, desde 2019 (desinformação e polarização) prevalecem as gigantes tecnológicas multinacionais, que dominam as principais plataformas digitais e, além de colocarem novos desafios ligados à desinformação e à radicalização do discurso online, condicionam o futuro do jornalismo, que, em Portugal, é integrado num inédito Plano de Ação para a Comunicação Social apresentado em outubro de 2024.

A proposta de periodização histórica aqui apresentada não só contribui para uma melhor compreensão da trajetória e dos fatores que moldaram a evolução do panorama mediático nacional, como também permite identificar características qualitativas que enriquecem o debate sobre o posicionamento de Portugal em relação aos modelos de sistemas mediáticos ao longo da sua história. Enquanto o modelo pluralista polarizado é frequentemente associado ao período da revolução e estatização (1974-1976), argumenta-se que as suas características se estendem até ao período de institucionalização e diversificação (1977-1983), refletindo a persistência da governamentalização política e de um sistema fechado à concorrência privada, além da influência da Igreja Católica como ator mediático e social relevante. A transição para uma aproximação ao modelo liberal, particularmente a partir da liberalização e reestruturação (1985-1994) é reforçada no período final da convergência multimédia (2006-2013) com uma crise financeira e a intervenção da Troika em 2011. Esta fase acentua as lógicas orçamentais e as preocupações de mercado, mas não eliminou fatores estruturais que distinguem Portugal de outros países com sistemas mediáticos plenamente liberais, nomeadamente o fraco desenvolvimento da imprensa de massas, aliado ao papel intervencionista do Estado, que condiciona a afirmação de forças puramente comerciais. Entretanto a plataformização (2014-2018) acentuou a dependência de métricas e a orientação comercial dos média, consolidando as dinâmicas da liberalização e da globalização, sobretudo no que diz respeito à digitalização e à crescente influência de empresas tecnológicas multinacionais. Contudo, o ressurgimento de dinâmicas de extremismo político e cultural no período mais recente da desinformação e polarização (desde 2019), exemplificado pela ascensão do partido Chega e por discursos radicalizados nas redes sociais online, a par de novos projetos jornalísticos com maior pendor político-ideológico, sugere que algumas características associadas ao pluralismo polarizado ganham força, coexistindo com forças comerciais e liberais.

Em traços gerais, uma das principais conclusões é que cada vez menos os eventos que marcam o sistema mediático português decorrem de mudanças políticas ou regulatórias nacionais, e cada vez mais são uma resposta/reação a tendências europeias ou de alcance global e a evoluções tecnológicas que afetam o jornalismo ocidental em diferentes partes do mundo. Em particular, o período de convergência multimédia (2006-2013) corresponde à criação de uma infraestrutura tecnológica unificada que resulta num processo cultural e comunicacional integrado entre diferentes média, formatos e géneros (cf. Jenkins, 2006), enquanto a plataformização (2014-2018) reflete a tendência para as notícias e o jornalismo serem moldados e dominados pela lógica algorítmica da dataficação e da comodificação associada às plataformas digitais (cf. Van Dijck et al, 2018), acentuando-se a assimetria de poder que subjuga os média nacionais. Nesta perspetiva, outros desenvolvimentos tecnológicos, como os decorrentes da inteligência artificial generativa ou da Web 3.0, poderão dar origem a uma nova fase na história do sistema mediático português. Essa maior influência de fatores externos nos anos mais recentes é reflexo desde logo da adesão de Portugal à União Europeia e, como apontavam Hallin e Mancini em 2004, da globalização, mas é também uma consequência da desinstitucionalização provocada pela digitalização, em que Estados, partidos políticos e órgãos de comunicação social tradicionais perdem protagonismo nos sistemas mediáticos (Mancini, 2020).

Por outro lado, existe uma opção política nacional de abertura à influência externa, em particular no quadro da integração europeia, que é produto da consolidação e maturação do sistema mediático português, visível na fase de liberalização e reestruturação dos média em Portugal entre 1985 e 1994. Neste sentido, as particularidades nacionais são ainda relevantes para definir desenvolvimentos futuros, sendo que a tipologia de Hallin e Mancini mantém atualidade para identificar essas evoluções. Neste

contexto, a apresentação em 2024 de um Plano de Ação para a Comunicação Social é significativa, por sinalizar uma possível nova fase do sistema mediático português, e por demonstrar uma capacidade de intervenção do Estado que parecia esquecida em Portugal. Paralelamente, a reconfiguração do sistema partidário nacional e o crescimento de forças políticas populistas que fazem do confronto com os média uma das suas estratégias comunicacionais podem conferir maior visibilidade às posições políticas dos órgãos de comunicação social. Estes fatores aliados a novos media nativos digitais com orientação política, e à existência de múltiplos influenciadores que cruzam o espaço das redes sociais e dos média, aprofundam a percepção de mudanças em curso na dimensão do paralelismo político. Estas mudanças a nível nacional podem por isso inaugurar uma fase distinta para os média em Portugal, levando a questionar se estamos perante o início do regresso do pluralismo polarizado de Hallin e Mancini?

Finalmente, outra reflexão que nos parece importante fazer é sobre a ideia de crise do jornalismo. A crise foi central para justificar a persistência das nacionalizações dos meios de comunicação social do Estado durante e após o período revolucionário, e tem sido uma constante no debate sobre o sistema mediático português, embora assumindo diferentes formas ao longo do tempo. Entre 1980 e 1990, durante o processo de integração europeia, essa crise foi atenuada por uma narrativa de progresso, associada à modernização e à expansão dos mercados mediáticos. Contudo, a partir dos anos 2000, a crise no jornalismo ressurgiu, agora impulsionada pelos desafios trazidos pela digitalização, pela fragmentação das audiências e pela incapacidade de modelos de negócios tradicionais responderem às novas dinâmicas económicas e tecnológicas. No período mais recente, a partir de 2019, esta crise assume uma dimensão transversal e multifacetada. Para além dos problemas económicos, que se agravaram durante a pandemia de Covid-19, o jornalismo enfrenta uma crise de legitimidade e de relevância. O debate não se limita ao financiamento ou sustentabilidade, mas também questiona o papel do jornalismo na sociedade, o que constitui uma notícia e qual será o futuro das práticas informativas num ambiente dominado por plataformas digitais e influências algorítmicas. Nesse contexto, as prioridades políticas do XXIV Governo para os média, como a luta contra a desinformação, os incentivos ao consumo de notícias e a formação para jornalistas na área digital, podem ser interpretadas como tentativas de reafirmar a confiança e a relevância do jornalismo. Estas medidas são particularmente importantes numa fase em que redes sociais e agregadores de notícias crescem como fontes predominantes de informação noticiosa, e em que a inteligência artificial, especialmente na sua vertente generativa, ameaça as lógicas anteriores de distribuição e visibilidade das notícias online.

Este trabalho inova ao atualizar a periodização histórica do sistema mediático em Portugal, inserindo eventos e tendências recentes e proporcionando uma compreensão crítica e abrangente das dinâmicas de transformação contemporâneas. Contudo, reconhecem-se limitações, que decorrem da amplitude do estudo, o que torna a análise necessariamente incompleta, desde logo pela menor atenção a dinâmicas sectoriais ou locais, assim como às transformações sociais e culturais do país, em particular das características sociodemográficas da população, que influenciam a sua relação com os média. Além disso, dada a complexidade e a rápida evolução do campo, existem outras limitações, principalmente em termos da seleção, demarcação e profundidade dos períodos e dos eventos mais recentes. Para pesquisas futuras, sugere-se um aprofundamento na análise dos períodos históricos a partir de indicadores quantitativos comparativos que permitam avaliar a evolução de Portugal em diferentes dimensões dos modelos originais de Hallin e Mancini, ou de outras versões mais recentes mencionadas neste artigo, testando a hipótese do regresso do pluralismo polarizado em Portugal. Além disso, no plano histórico, seria instrutivo aprofundar o estudo da path dependency no sistema mediático português, explorando como as discussões políticas do período revolucionário, e de outros subsequentes, continuam atualmente a influenciar e a condicionar as opções de políticas públicas para o setor dos média e do jornalismo.

A periodização proposta neste artigo permite ter uma visão abrangente da evolução dos média em Portugal, destacando os momentos de transição, os eventos históricos, as tendências políticas e socioculturais, e as adaptações tecnológicas. Os resultados aqui apresentados ajudam a entender não

apenas o passado e o presente do sistema mediático português, mas também a antever possíveis trajetórias neste campo dinâmico. Esta perspetiva histórica é por isso crucial para a formulação de políticas e estratégias no futuro que respondam aos desafios globais do jornalismo, e simultaneamente sejam adaptadas ao contexto português.

Referências Bibliográficas

- Almeida, J. R. de, Caldas, J. C., & Costa, A. (2018). Fabricating consent for an ‘adjustment programme’: Crisis narratives of economic journalists in Portugal. *Journal of Greek Media & Culture*, 4(1), 27–43. https://doi.org/10.1386/jgmc.4.1.27_1
- Álvares, C., & Damásio, M. J. (2013). Introducing social capital into the «polarized pluralist» model: The different contexts of press politicization in Portugal and Spain. *International Journal of Iberian Studies*, 26(3), 133–153. https://doi.org/10.1386/ijis.26.3.133_1
- Alvares, C., Cardoso, G., Crespo, M., & Pinto-Martinho, A. (2021). Seeking the Legitimation of Mainstream Journalism: A Portuguese Case-Study. *Journalism Practice*, 17(8), 1662–1677. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.2008808>
- Bastos, H. (2023). História do Ciberjornalismo em Portugal: Os primeiros vinte e cinco anos. LabCom.
- Baptista, C., & Sousa, J. P. (2020). Para uma história do jornalismo em Portugal. ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova.
- Baptista, C., Sousa, J. P., & Azevedo, C. (2021a). Para uma história do jornalismo em Portugal II. ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova. <https://doi.org/10.34619/yy3x-lhy4>
- Baptista, C., Sousa, J. P., & Azevedo, C. (2021b). Para uma história do jornalismo em Portugal III. ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova. <https://doi.org/10.34619/fdpy-xftm>
- Bonixe, L. (2019). As primeiras experiências de radiodifusão local em Portugal (1977-1984). *Media & Jornalismo*, 19(35), Artigo 35. https://doi.org/10.14195/2183-5462_35_12
- Brüggemann, M., Engesser, S., Büchel, F., Humprecht, E., & Castro, L. (2014). Hallin and Mancini Revisited: Four Empirical Types of Western Media Systems: Hallin and Mancini Revisited. *Journal of Communication*, 64(6), 1037–1065. <https://doi.org/10.1111/jcom.12127>
- Cádima, F. R. (2010). Media e democracia em Portugal. *Verso e Reverso*, 24(55), Artigo 55. <https://doi.org/10.4013/125>
- Cádima, F. R. (2013). A questão da Televisão da Igreja em Portugal: do laicismo às cumplicidades jurídico-políticas do Estado. Em F. R. Cádima, *História, Média, Poder* (pp.131-221). *Media XXI*.
- Cardoso, G. (2024). As Políticas Sociais de Comunicação. Em J. Simões (Ed.). *50 anos depois: As Políticas Sociais em Portugal* (pp. 49 - 102). Edições Almedina.
- Cardoso, G., Paisana, M. & Pinto-Martinho, A. (2024). Digital News Report Portugal 2024. OberCom - Observatório da Comunicação
- Cardoso, G., Baldi, V., Couraceiro, P., Paisana, M., Barros, C. (2022). Distribuição digital não autorizada de jornais em Portugal. Dados, impactos e perspetivas: os casos de Whatsapp e Telegram. OberCom – Observatório da Comunicação
- Cardoso, G., Baldi, V., Paisana, M., Pais, P. C. & Couraceiro, P. (2019). *Comunicação Social - Mercado Português: Tendências e Modelos*. OberCom – Observatório da Comunicação.
- Canavilhas, J., Torres, V., & Luna, D. de. (2016). Da audiência presumida à audiência real: Influência das métricas nas decisões editoriais dos jornais online. *Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, 2, Artigo 2. https://doi.org/10.14195/2183-6019_2_10
- Conde, N. (2019). O papel do Estado Português nos media (1974-2014). Em R. Figueiras & N. Ribeiro (Eds.), *O setor dos media no espaço lusófono* (pp. 47–78). Universidade Católica.
- Correia, J. C. (2008). Os estudos jornalísticos em Portugal: 30 anos de história. Em J. P. Sousa (Ed.), *Jornalismo: História, Teoria e Metodologia, Perspetivas Luso Brasileiras*. Edições Universidade Fernando Pessoa.

- Couraceiro, P., & Paisana, M. (2024). Da Personalização Algorítmica à Mediação Jornalística: Mudanças nas Preferências dos Jovens Portugueses no Consumo de Notícias Online. *Media & Jornalismo*, 24(45), e4504. https://doi.org/10.14195/2183-5462_45_4
- de la Mata, D., Guede, J., & Sebastián, M. (2024). Hallin and Mancini: Two Decades of Influence in Politics and Communications. *Media and Communication*, 12, Article 7695. <https://doi.org/10.17645/mac.7695>
- de Oliveira, J. M. P. (1992). A integração europeia e os meios de comunicação social. *Análise Social*, 27(118/119), 995–1024.
- Delgado-López-Cózar, E., & Repiso-Caballero, R. (2013). El impacto de las revistas de comunicación: Comparando Google Scholar Metrics, Web of Science y Scopus. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 21(41), 45–52. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-04>
- Esser, F., de Vreese, C. H., Strömbäck, J., van Aelst, P., Aalberg, T., Stanyer, J., Lengauer, G., Berganza, R., Legnante, G., Papathanassopoulos, S., Salgado, S., Sheaffer, T., & Reinemann, C. (2012). Political Information Opportunities in Europe: A Longitudinal and Comparative Study of Thirteen Television Systems. *The International Journal of Press/Politics*, 17(3), 247-274. <https://doi.org/10.1177/1940161212442956>
- Fernandes, J. M., & Magalhães, P. C. (2020). The 2019 Portuguese general elections. *West European Politics*, 43(4), 1038–1050. <https://doi.org/10.1080/01402382.2019.1702301>
- Fidalgo, J. (2006). Imprensa gratuita “veio para ficar”. Em M. Pinto & J. Fidalgo (Eds.), *Anuário 2006 – A comunicação e os media em análise*. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS) da Universidade do Minho.
- Figueiras, R., & Ribeiro, N. (2015). A nova globalização pós-2008 e a reconfiguração do sistema dos média ocidentais. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 79, Artigo 79. <https://doi.org/10.7458/SPP2015794037>
- Flew, T., & Waisbord, S. (2015). The ongoing significance of national media systems in the context of media globalization. *Media, Culture & Society*, 37(4), 620–636. <https://doi.org/10.1177/0163443714566903>
- Garcia, J. L., Martinho, T. D., Alves, M. P., Correia, J. C., Cunha, D. S. da, Matos, J. N., Graça, S. M., Ramalho, J., & Rodrigues, C. (2018). Os media em mudança em Portugal: Implicações da digitalização no jornalismo 2018. ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- Gomes, P. (2015). A Revolução de Abril e a liberdade de imprensa em Portugal: A contestação ao «Projeto Jesuíno» em 1975. *Revista Brasileira de História da Mídia*, 4(1), 73–84. <https://doi.org/10.26664/issn.2238-5126.4120154042>
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511790867>
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2016). Ten Years After Comparing Media Systems: What Have We Learned? *Political Communication*, 34(2), 155–171. <https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1233158>
- Hepp, A., & Couldry, N. (2009). What should comparative media research be comparing? Towards a transcultural approach to ‘media cultures’. Em D. K. Thussu (Ed.), *Internationalizing Media Studies* (pp. 32–48). Routledge.
- Hollander, S. C., Rassuli, K. M., Jones, D. G. B., & Dix, L. F. (2005). Periodization in Marketing History. *Journal of Macromarketing*, 25(1), 32–41. <https://doi.org/10.1177/0276146705274982>
- Humphreys, P., Just, N., & Puppis, M. (2011). A political scientist’s contribution to the comparative study of media systems in Europe: A response to Hallin and Mancini. Em *Trends in Communications Policy Research: New Theories, Methods and Subjects* (pp. 141–158). Intellect Ltd.
- Humprecht, E., Castro Herrero, L., Blassnig, S., Brüggemann, M., & Engesser, S. (2022). Media Systems in the Digital Age: An Empirical Comparison of 30 Countries. *Journal of Communication*, 72(2), 145–164. <https://doi.org/10.1093/joc/jqab054>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.
- Lima, H. (2022). O jornalismo de imprensa no Portugal democrático. Em A. Cabrera & H. Lima (Eds.), *Imprensa em Portugal: Uma história* (pp. 313-357). ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova.
- Lieberman, E. S. (2001). Causal Inference in Historical Institutional Analysis: A Specification of Periodization Strategies. *Comparative Political Studies*, 34(9), 1011–1035. <https://doi.org/10.1177/0010414001034009003>
- Lopes, Felisbela (2007). A TV das elites. Estudo dos programas de informação semanal dos canais generalistas (1993-2005). *Campo das Letras*

- Marinho, S. (2022). O ensino do jornalismo em Portugal: Da “tarimba” ao ensino “à distância”. Em C. Baptista & C. Camponez (Eds.), *Contributos para uma história dos jornalistas em Portugal* (pp. 82–104). Livros ICNOVA.
- Mancini, P. (2020). Comparative Media Studies in the Digital Age| Comparing Media Systems and the Digital Age. *International Journal of Communication*, 14(0), Artigo 0.
- Marchi, R. (2023). The New Populist Radical Right in Portugal: The Chega Party. In K. Kondor and M. Littler (Eds.) *The Routledge Handbook of Far-Right Extremism in Europe*. Routledge.
- Marques, F. P. J., & Vos, T. P. (2023). Advancing comparative studies in political communication research: What factors explain the transformation of media systems? *International Communication Gazette*, 17480485231177887. <https://doi.org/10.1177/17480485231177887>
- Mesquita, M. (1987). *A Regra da Instabilidade*. Imprensa Nacional Casa da Moeda.
- Mesquita, M. (1994). O Universo dos Media Entre 1974 e 1986. Em A. Reis (Ed.), *Portugal 20 anos de democracia* (pp. 360–396). Círculo de leitores.
- Moutinho, S. (2008). Novas tendências no sector da imprensa. Em M. Pinto & S. Marinho (Eds.), *Os media em Portugal nos primeiros cinco anos do século XXI* (pp. 63–72). Campo das Letras.
- Nielsen, R. K., & Fletcher, R. (2023). Comparing the platformization of news media systems: A cross-country analysis. *European Journal of Communication*, 38(5), 484–499. <https://doi.org/10.1177/02673231231189043>
- Norris, P. (2009). Comparative Political Communications: Common Frameworks or Babelian Confusion? *Government and Opposition*, 44(3), 321–340. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2009.01290.x>
- Noruzi, A. (2005). Google Scholar: The New Generation of Citation Indexes. *Libri*, 55(4), 170–180. <https://doi.org/10.1515/LIBR.2005.170>
- Oliveira, M., & Paulino, F. O. (2012). O ombudsman nos meios públicos de comunicação em Portugal e no Brasil: Da promessa de uma ética participada aos desafios cotidianos. <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/29515>
- Papathanassopoulos, S., & Miconi, A. (Eds.). (2023). *The Media Systems in Europe: Continuities and Discontinuities*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-32216-7>
- Pinto, M., Sousa, H., Fidalgo, J., Gonçalves, H., Lopes, F., Pires, H., & Marinho, S. (2000). *A comunicação e os media em Portugal (1995-1999): Cronologia e leituras de tendências*. Universidade do Minho. Instituto de Ciências Sociais (ICS).
- Pinto, M., & Marinho, S. (2008). *Os media em Portugal nos primeiros cinco anos do século XXI*. Campo das Letras.
- Reis, A. (1994). *Portugal, 20 anos de democracia*. Círculo de leitores.
- Rezola, M. I. (2019). Romper com o passado: A Revolução nos Média (Portugal, 1974-1975). *Media & Jornalismo*, 19(35), Artigo 35. https://doi.org/10.14195/2183-5462_35_17
- Salgado, S. (2022). Mass Media and Political Communication. Em J. Fernandes, P. Magalhães, & A. C. Pinto (Eds.), *The Oxford handbook of Portuguese politics* (pp. 208–324). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780192855404.001.0001>
- Santana-Pereira, J., & Sousa, P. D. (2017). Media e política na Europa do Sul: Um mesmo pluralismo polarizado? Em *Variadas da democracia na Europa do Sul, 1968-2014* (pp. 195–223). Imprensa de Ciências Sociais. <https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/15925>
- Santana-Pereira, J. (2015). Variety of Media Systems in Third-Wave Democracies. Em J. Zielonka (Ed.), *Media and Politics in New Democracies: Europe in a Comparative Perspective* (pp. 231–247). Oxford University Press. <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/22416>
- Santo, M. E. (2005). A Alta Autoridade para a Comunicação Social e o direito de resposta. *Comunicação e Sociedade*, 7, 223–232. [https://doi.org/10.17231/comsoc.7\(2005\).1219](https://doi.org/10.17231/comsoc.7(2005).1219)
- Santos, L. A., & Pinto, M. (2005). Weblogs and Journalism: An uneasy relation (the Portuguese case). *Redes.Com*, 2, 375–388.
- Santos, R. (2010a). Tendências do mercado dos media em Portugal nas últimas três décadas e meia (1975-2009). Em *Do jornalismo aos media: Estudos sobre a realidade portuguesa* (pp. 137–168). Universidade Católica Editora. <https://doi.org/10.34632/9789725402580>

- Santos, R. (2010b). Rádio em Portugal: Tendências e grupos de comunicação na actualidade. Em *Do jornalismo aos media: Estudos sobre a realidade portuguesa* (pp. 117–136). Universidade Católica Editora. <https://doi.org/10.34632/9789725402580>
- Silva, E. C. e. (2014). Crisis, financialization and regulation: The case of media industries in Portugal. *The Political Economy of Communication*, 2(2), Artigo 2. <https://www.polecom.org/index.php/polecom/article/view/38>
- Silva, E. C. e, & Sousa, H. (2017). Portugal: The challenges of democratisation. Em P. Bajomi-Lázár (Ed.), *Media in Third-Wave Democracies: Southern and Central/Eastern Europe in a Comparative Perspective* (pp. 151–180). L'Harmattan. <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/54859>
- Silva, M. S. (2023). “Não Tenho as Condições”: Como os Jornalistas de Televisão e Rádio Avaliam a Qualidade do Jornalismo em Portugal. *Comunicação e Sociedade*, 44, e023020–e023020. [https://doi.org/10.17231/comsoc.44\(2023\).4737](https://doi.org/10.17231/comsoc.44(2023).4737)
- Silveira, F. da. (2011). *A construção do sistema informativo em Portugal no século XX: o sistema de media português e a transição do autoritarismo para a democracia*. Colibri: Instituto Politécnico de Lisboa.
- Silveirinha, M. J., Sampaio-Dias, S., Miranda, J., Garcez, B., & Dias, B. (2022). Assédio e hostilidade online contra jornalistas: da instrumentalização do “jornalixo” à desvalorização da violência. *Media & Jornalismo*, 22(41), 83-102. https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_5
- Sousa, H. (1994). Os Media em Portugal: Novas Formas de Concentração. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 17(2), Artigo 2. <https://doi.org/10.1590/rbcc.v17i2.845>
- Sousa, H. (2000). Políticas da comunicação: Reformas e continuidades. Em M. Pinto, H. Sousa, J. Fidalgo, H. Gonçalves, F. Lopes, H. Pires, & S. Marinho. *A comunicação e os media em Portugal (1995-1999): Cronologia e leituras de tendências* (pp. 31–51). Universidade do Minho. Instituto de Ciências Sociais (ICS).
- Sousa, H. (2006). À procura de legitimidade: A entrada em cena da ERC. Em M. Pinto & J. Fidalgo (Eds.), *Anuário 2006 – A comunicação e os media em análise*. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS) da Universidade do Minho.
- Sousa, H. (2008). Políticas da comunicação no novo milénio: Crises, impasses e fracturas. Em M. Pinto & S. Marinho (Eds.), *Os media em Portugal nos primeiros cinco anos do século XXI* (pp. 13–32). Campo das Letras.
- Sousa, J. P. & Prado, A. L. (2010). Tendências da pesquisa em jornalismo em Portugal 1974-2010. *Anuário UNESCO/Metodista de Comunicação Regional*, 13 (13), 71-96.
- Sousa, J. P., & Lima, H. (2021). Para uma periodização da história do jornalismo em Portugal. Em C. Batista, A. Celiana, & J. P. Sousa (Eds.), *Para uma história do jornalismo em Portugal III* (Vol. 3, pp. 10–32). ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova.
- Sousa, J. P. (2021). Portugal: Pequena história de um grande jornalismo I: da manufatura à indústria. ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova. <https://doi.org/10.34619/hyc1-qblv>
- Sousa, J. P. (2022). Portugal. Pequena história de um grande jornalismo II: Da segmentação à digitalização. ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova. <https://doi.org/10.34619/p27e-5jla>
- Telo, A. J. (2007). *História contemporânea de Portugal: Do 25 de Abril à actualidade*. Editorial Presença.
- Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.
- Widdersheim, M. M. (2018). Historical case study: A research strategy for diachronic analysis. *Library & Information Science Research*, 40(2), 144–152. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2018.06.003>