



# 50 anos de (R)evolução na comunicação





# OberCom

INVESTIGAÇÃO E SABER EM COMUNICAÇÃO

Observatório da Comunicação  
Palácio Foz, Praça dos Restauradores  
1250-187 Lisboa  
Portugal

[www.obercom.pt](http://www.obercom.pt)  
[obercom@obercom.pt](mailto:obercom@obercom.pt)

Tel: +351 213 221 319

## FICHA TÉCNICA

### TÍTULO

50 anos de (R)evolução na  
comunicação

### DATA DA EDIÇÃO

Abril de 2024

### COORDENAÇÃO CIENTÍFICA

Gustavo Cardoso  
Vania Baldi

### COAUTORIA

Paulo Couraceiro  
António Vasconcelos  
Miguel Paisana  
Miguel Casquinho  
Gustavo Cardoso  
Vania Baldi

### DESIGN E INFOGRAFIAS

Paulo Couraceiro

Capa produzida por IA (Dall.E)

## PROPRIETÁRIO

OberCom – Observatório da  
Comunicação  
NIPC 504326856

## SEDE DO EDITOR E DE REDACÇÃO

Palácio Foz, Praça dos  
Restauradores, 1250-187 Lisboa

## DEPÓSITO LEGAL

196339/03

## ISSN

2183-3478

## REGISTO ICS

ERC 123.566

## NIPC OBERCOM

504326856



Este trabalho está licenciado para  
Creative Commons Attribution 4.0  
International (CC BY 4.0).

# Introdução

---

Na transição de uma sociedade predominantemente rural e com limitado acesso à educação antes do 25 de abril de 1974 para uma sociedade baseada em serviços e imersa na era digital e da informação, Portugal experimentou uma transformação comunicacional.

Na obra "A Sociedade em Rede", escrevia-se que “a sociedade portuguesa era antes de 1974 uma sociedade maioritariamente desinformada, no sentido em que a maior parte da sua população não possuía escolaridade acima do quarto ano.” (2005: 255).

O percurso de evolução nos últimos cinquenta anos revela um avanço significativo nos indicadores educacionais. No entanto, desde 1974 temos assistido a uma crescente complexidade do campo comunicacional – marcada por novas formas de desinformação – alimentada por progressos tecnológicos, que ilustra os desafios contemporâneos da sociedade. Aqui, a literacia mediática emerge como um pilar essencial, sustentado não apenas no ambiente comunicacional, mas também escolar e familiar.

À medida que exploramos a cronologia da evolução da comunicação em Portugal desde o 25 de Abril até à atualidade procuramos identificar os principais desafios para os media em três momentos históricos essenciais: no pós-25 de abril, na viragem para o século XXI e na atualidade, 50 anos depois da revolução.

Este relatório OberCom assinala os 50 anos do 25 de Abril de 1974, com uma produção ilustrada, dirigida ao grande público, procurando oferecer uma visão geral das mudanças observadas nos media em Portugal.

# Os media desde abril de 1974

## Elementos definidores da história



Antes de 25 de Abril de 1974, Portugal vivia sob um regime autoritário que durava há quase meio século, caracterizado por uma censura rigorosa e controlo governamental dos meios de comunicação social.

Os media serviam predominantemente como veículos de propaganda do Estado Novo, limitando severamente a liberdade de expressão e o acesso à informação.

A transição para a democracia exigiu por isso uma redefinição do papel dos media na sociedade portuguesa.

1974

25 de abril



Recortes da edição de 25 de Abril de 1974 do jornal "A República" fundado em 1911

ESTE JORNAL NÃO FOI VISADO POR QUALQUER COMISSÃO DE CENSURA

## Polarização e governamentalização

Apesar da sua importância na queda do regime autoritário, o período imediatamente após a revolução foi caracterizado por turbulência, com tentativas de controlo e influência nos media por diferentes facções políticas.

O ideal de liberdade contrastava com a nomeação de uma comissão ad hoc, em junho de 1974, para controlo da imprensa, rádio, televisão, teatro e cinema.

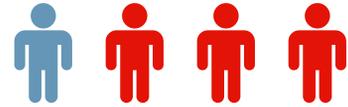
O ambiente mediático muito partidário e as mensagens contraditórias refletiam as tensões mais amplas dentro do próprio processo revolucionário em curso.

# Desafios para os media no pós 25 de abril

## Herança autoritária

- habituação às práticas jornalísticas da censura
- inexistência do ensino do jornalismo
- ausência de políticas públicas democráticas para os media

1 em cada 4 portugueses não sabia ler nem escrever



Dados dos censos de 1970

## Política revolucionária

- forte pressão político-partidária
- ligalidade democrática vs legalidade revolucionária
- percepção de ausência de “neutralidade política”
- posicionamento político dos jornalistas e dos media
- greves e reivindicações laborais dos jornalistas

A falta de literacia mediática e política dos cidadãos aumentava a responsabilidade dos media em explicar a revolução em curso

## Indefinição no jornalismo

- ausência de entendimento comum sobre a prática do jornalismo
- necessidade de diferenciação, face aos novos projetos jornalísticos emergentes e face ao apelo panfletário dos manifestos políticos
- indefinição do modelo de gestão (perante experiências revolucionárias de autogestão)

## Da lei da imprensa à nacionalização dos jornais

A Lei da Imprensa, promulgada em fevereiro de 1975, viria a consagrar a liberdade de expressão nos meios de comunicação social.

Contudo, logo em março de 1975 a nacionalização da banca iria conduzir à nacionalização indireta dos jornais. A resposta foi o surgimento de novos jornais e semanários, com diferentes orientações políticas e partidárias.

Os principais títulos de informação estavam sobretudo posicionados à esquerda, mas nas províncias havia um maior conservadorismo.



### 1 em cada 3 jornais eram vespertinos

Em 1974 os jornais vendidos ao início da tarde correspondiam a 35% da tiragem da imprensa diária  
Fonte: Mesquita (1994)

# O verão quente de 1975



## Caso República

Recorte da edição de 29 de maio de 1975 do jornal A República"

A 19 de maio de 1975 o jornal República é ocupado e os membros da direção expulsos.

A luta pelo controlo do jornal iria resultar na queda do IV Governo Provisório, em julho.

Duração do debate entre Mário Soares (PS) vs Álvaro Cunhal (PCP)

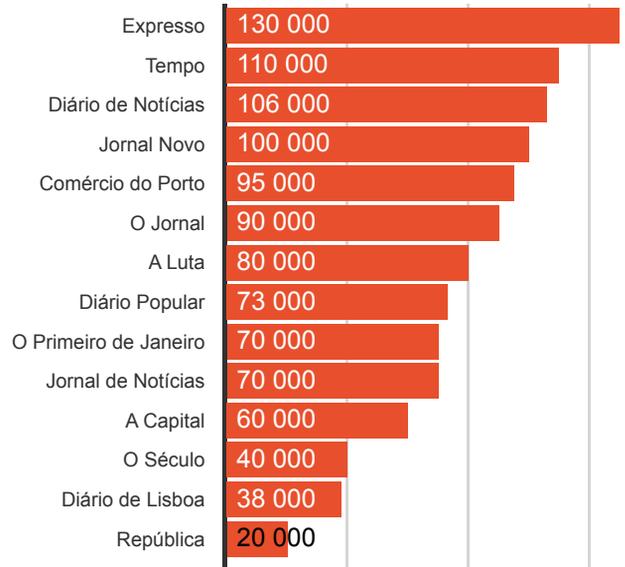


**3 horas**  
**40 minutos**  
**52 segundos**

Emitido a 6 de novembro de 1975 na RTP

Apesar da instabilidade na comunicação social, os portugueses procuravam entender o que se passava no país através dos media.

No verão quente foi "espetacular a subida de tiragens dos principais jornais" \*



\* Fonte: Conselho de Imprensa (1979)

1976

## O apaziguamento nos media

### O Estado no sistema mediático no pós 1976



#### Monopólio na TV

Propriedade estatal da televisão, com a Radiotelevisão Portuguesa (RTP)



#### Duopólio com igreja na rádio

Estado com a Radiodifusão Portuguesa (RDP) e Igreja com a Rádio Renascença (RR)



#### Participação na Imprensa

Estado detinha títulos importantes como o Diário de Notícias (DN)

A Constituição da República Portuguesa de 1976, ao prever a irreversibilidade das nacionalizações, cristalizava o sistema de comunicação social que iria prevalecer até meados dos anos 80.

Anos  
80

## O início dos media contemporâneos

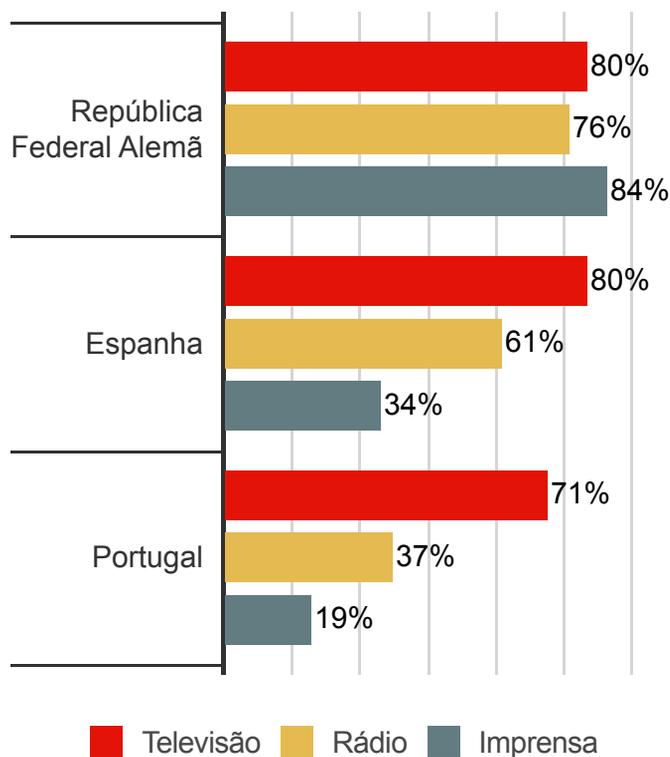
A aprovação da Constituição da República Portuguesa em abril de 1976 contribuiu positivamente para uma maior democraticidade nos media, ao consagrar a liberdade da imprensa privada e o pluralismo ideológico nos meios de comunicação do Estado.

Na viragem para os anos 80, surgia o primeiro curso em Comunicação Social na Universidade Nova de Lisboa, ainda em 1979, num sinal de aposta na qualidade do jornalismo.

Apareceram novos títulos na imprensa, como o jornal Correio da Manhã, em 1979, e o semanário Tal e Qual, em 1980, que apontavam para um jornalismo mais popular e sensacionalista.

Surgiram novas alternativas de informação na rádio, com as emissões não autorizadas das rádio piratas, entre as quais a TSF.

Mas apesar do sentimento de progresso no seio do jornalismo, a população portuguesa continuava com dificuldades em formar hábitos de utilização dos media equivalentes aos seus congéneres europeus.



Fonte: Group European of Audience Researcher, em Mesquita (1994)

### Utilização dos media em 1983

Em 1983, entre 17 países europeus, Portugal era aquele que apresentava a mais baixa utilização diária dos media.



#### 45 jornais

Em média em 1983 venderam-se 45 jornais diários em cada mil habitantes.

O menor número entre os países da então Comunidade Europeia.

Uma quebra de 40% em relação às vendas no Verão quente de 1975.

1986

## A CEE e a liberalização dos media



Em 1986 entra em vigor o tratado de adesão à Comunidade Económica Europeia (CEE), que acelera a liberalização dos média e das telecomunicações

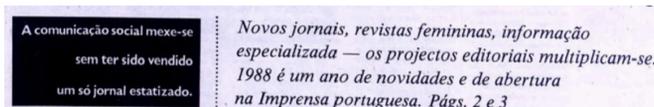


No mesmo ano é criada a Agência de Notícias LUSA, substituindo outras duas (ANOP e NP)



Capa da primeira edição do "O Independente", um jornal semanário nascido em maio de 1988

Na capa lê-se PRESSTROIKA !



## Um novo sistema mediático

Na viragem para os anos 90 diferentes muros da comunicação social erguidos em 1974-76 seriam derrubados



Em 1988 as rádios piratas são legalizadas, pondo fim na rádio ao duopólio Estado - Igreja



Em 1989, a revisão constitucional eliminou o monopólio do Estado na televisão, permitindo a entrada de novos atores privados. Um ano depois é publicada a lei da televisão



Além dos novos títulos na imprensa, em 1991 foram reprivatizados importantes jornais, como o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias



Em 1990 surge a primeira entidade reguladora independente, a Alta Autoridade para a Comunicação Social

1995

## A Sociedade em Rede

O Jornal de Notícias foi o primeiro jornal português a ter website em julho de 1995, seguido do Público (nascido cinco anos antes) e do Diário de Notícias.



Apenas 1 em cada 10 portugueses tinha computador em casa (1995)

O motor de pesquisa mais popular da época era o Alta Vista. Em Portugal nascia em 1995, na Universidade de Aveiro, o Servidor de Apontadores Portugueses (SAPO). A Google só apareceria em 1998.



Homepage da edição online do Diário de Notícias de 2 de novembro de 1996

→ A publicidade online aparecia como novidade, permitindo aceder a anúncios classificados

**90 000**  
Número de consultas da edição online do DN no primeiro mês de existência

Fonte: arquivo.pt



Em maio de 1995, um canal privado, a SIC, conquistou pela primeira vez na televisão a liderança de audiências à RTP.



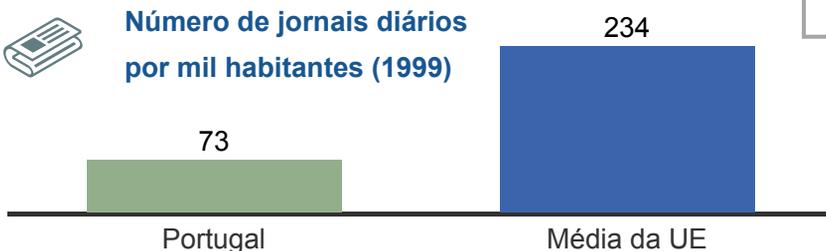
Em 1995 apenas 2% das famílias diziam ter telemóvel

5 anos depois, no ano 2000, eram 47%

Fonte: INE



Número de jornais diários por mil habitantes (1999)



Fonte: Cardoso et al. (2005)

# Desafios para os media no início do séc. XXI

## Novas tecnologias

- esforço financeiro para cumprir os requisitos técnicos da internet e dos equipamentos informáticos
- necessidade de desenvolver novas competências profissionais

## Concorrência e Globalização

- reduzida dimensão do mercado nacional
- riscos de concentração dos media privados
- necessidade de concorrer com a informação livre online
- fragmentação das audiências

**23% dos portugueses têm o ensino secundário**



A taxa de analfabetismo que era de 25,6% em 1970 caiu para 9% em 2001

Mas ainda menos de 1 em cada 4 portugueses têm um grau médio de educação

Fonte: INE

## Sociedade em rede

- práticas jornalísticas centradas num modelo comunicação unidirecional, top-down, controlada pelos media
- necessidade de adaptar a jornalismo online com interação e participação dos cidadãos
- maior fluxo e troca de informação online aumenta a exigência face à qualidade do trabalho jornalístico

2010

## O futuro é digital

No início da segunda década do século XXI a digitalização está no centro da inovação dos media, que procuram encontrar modelos de monetização e de fidelização das audiências online.

Em 2010, ano em que surgiu a rede social Instagram, o jornal Público criou o cargo de gestor de comunidades e lançou aplicações exclusivas para iPhone e iPad, enquanto que o Diário de Notícias abria os seus artigos aos comentários dos leitores.

As redes sociais eram uma realidade emergente, numa altura em que os blogues ainda eram importantes



5 em cada 10 portugueses online usavam o Facebook para ler notícias



4 em cada 10 portugueses online consultavam e liam blogues

Fonte: Cardoso et al. (2014)

Apesar da crescente importância da internet, a televisão continuava a ser o meio de informação mais utilizado no dia-a-dia



O canal Correio da Manhã TV é lançado em 2013



Quando questionados sobre a atividade mais difícil de abandonar, a resposta mais repetida é: ver televisão (44%), seguida de usar o telemóvel (24%), e usar a internet (15%).

Fonte: Cardoso et al. (2014)

No início dos anos 2010 usar o telemóvel e usar a internet ainda eram coisas bem diferentes



Os planos de dados móveis eram caros e limitados



Os telemóveis tinham processamento limitado



A velocidade de navegação móvel online era lenta



As aplicações para smartphones eram ainda relativamente poucas



39% dos portugueses utilizava internet a partir de dispositivos móveis, tais como o telemóvel, o smartphone ou o tablet.

Fonte: Cardoso et al. (2014)



**OBSERVADOR**

Em 2014 surge o jornal nativo digital Observador que viria a abrir uma estação de rádio com o mesmo nome em 2019

2024

# A crise das crises do jornalismo



**Global Media**  
GROUP

## Uma reestruturação para evitar **”** a mais que previsível falência do grupo

Em dezembro de 2023 era agravada a crise no Grupo Global Media detentor de títulos como o DN, o JN ou a TSF



**40 cêntimos**

Valor per capita dos apoios públicos a media privados em 2022

10x inferior ao valor médio registado em 21 países da UE

Fonte: Comissão Europeia



Em 2020 Google e Facebook teriam 70% do mercado publicitário digital em Portugal

A tributação destas plataformas nesse ano, se tivesse acontecido, teria rendido mais de 100 milhões de euros ao Estado português

Fonte: Cardoso et al. (2021)



Cada vez mais as alterações de leis sobre os media são transposições de diretivas europeias



A regulação europeia para o espaço digital tem acelerado

### Lei dos Serviços Digitais (DSA)

protege os direitos dos utilizadores e responsabiliza plataformas por conteúdos ilegais e desinformação

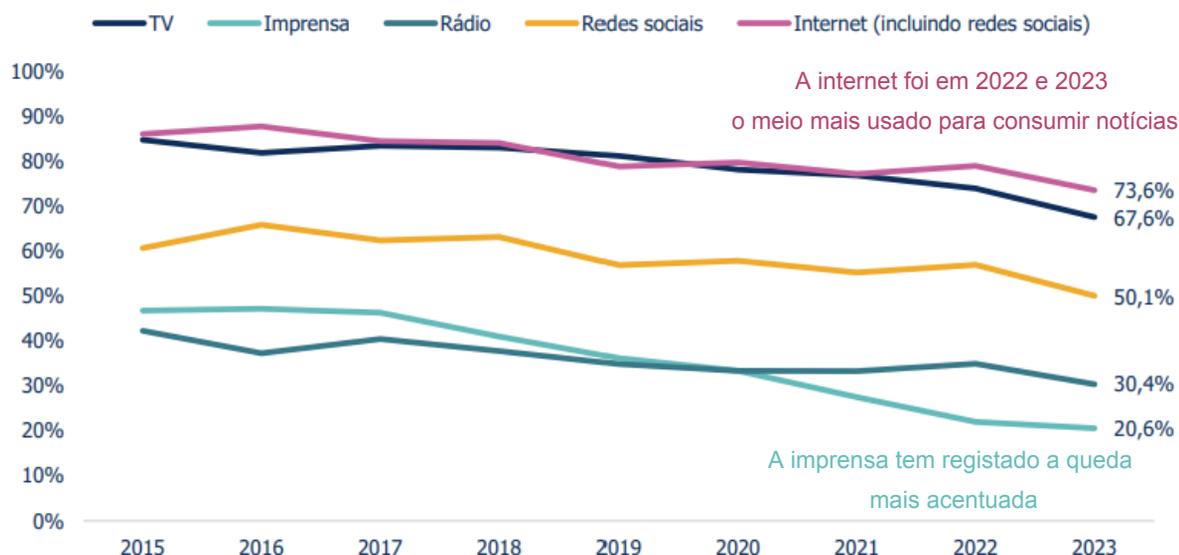
### Lei dos Mercados Digitais (DMA)

promove a concorrência leal no mercado digital limitando as práticas monopolistas de grandes plataformas digitais

### Lei da UE sobre Inteligência Artificial

define as regras para o desenvolvimento, comercialização e utilização da Inteligência artificial na UE

## Em Portugal o acesso a notícias tem, forma geral, vindo a diminuir nos últimos anos



Fonte: Cardoso et al. (2023)

## 50 anos depois: Desafios para os media

### Sustentabilidade

- Acelerar a transformação digital
- Encontrar modelos de negócios sustentáveis
- Combater a precariedade e garantir a valorização das carreiras dos jornalistas

### Credibilidade e Confiança

- Promover a transparência nos processos jornalísticos
- Manter padrões éticos elevados face à pressão profissional e comercial
- Reforçar a novidade e a qualidade dos conteúdos publicados

### Prática jornalística

- Investir na formação contínua de jornalistas profissionais para novas tecnologias e formatos de notícias
- Aumentar a colaboração entre diferentes órgãos de comunicação social e jornalistas
- Maior diversidade e pluralismo nas redações que representem diferentes contextos sociais e formas de ver o mundo

### Em 2023 foi aprovado o Plano Nacional de Literacia Mediática



O objetivo é combater desigualdades no acesso e uso da informação

Maiores níveis de literacia podem valorizar os media e o jornalismo

# (R)evolução na comunicação

Da educação aos jornais



## Analfabetismo



Percentagem de portugueses que não sabem ler nem escrever

Fonte: INE/Censos

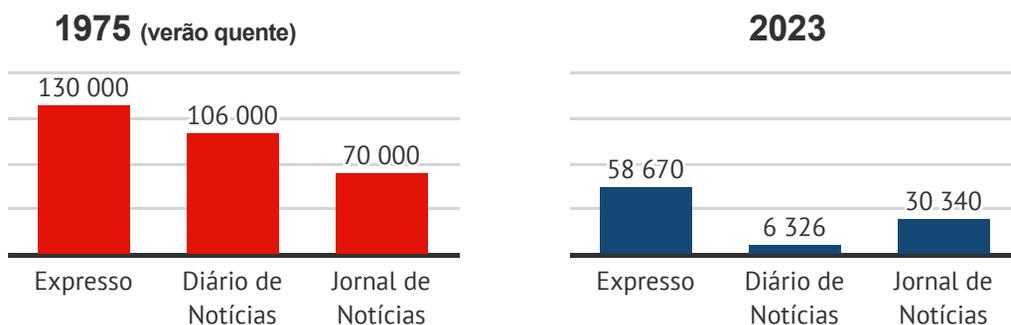
## Ensino Secundário



Percentagem de portugueses com ensino secundário completo

Fonte: Pordata

## Tiragens de jornais



Tiragens: Quantidade de jornais impressos colocados a circular no mercado.

Nota: em 2023 o Expresso registou ainda 51 214 vendas digitais, o Diário de Notícias 1 478 e o Jornal de Notícias 4 075.

Fonte: Dados de 1975 do Conselho de Imprensa (1979). Dados de 2023 da ACPT.

# (R)evolução na comunicação

## A excecionalidade da pandemia

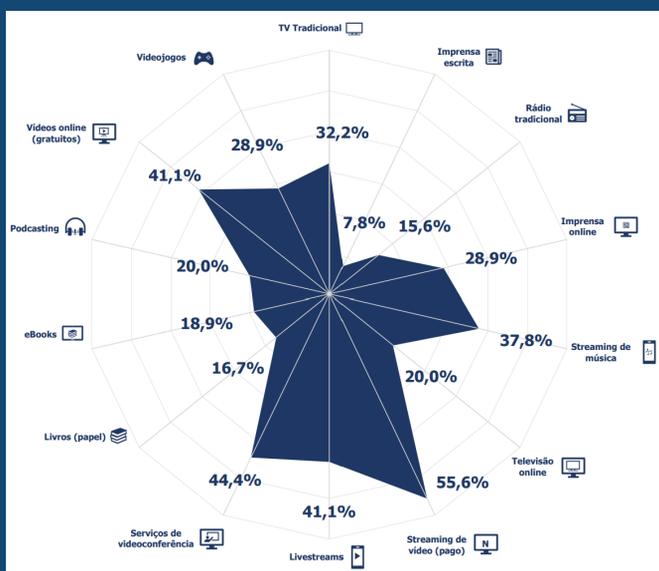


A pandemia de Covid-19, que levou ao confinamento dos portugueses em 2020 e 2021, provocou alterações na sua relação com os media.

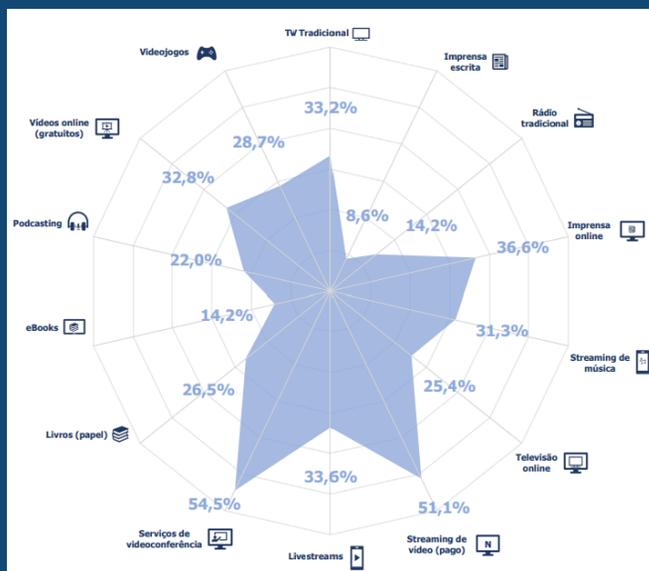
Nas figuras abaixo apresenta-se, por geração, a percentagem de portugueses que, no verão de 2020, afirmavam ter aumentado a prática de diferentes atividades mediáticas.

Fonte: Cardoso et al. 2020

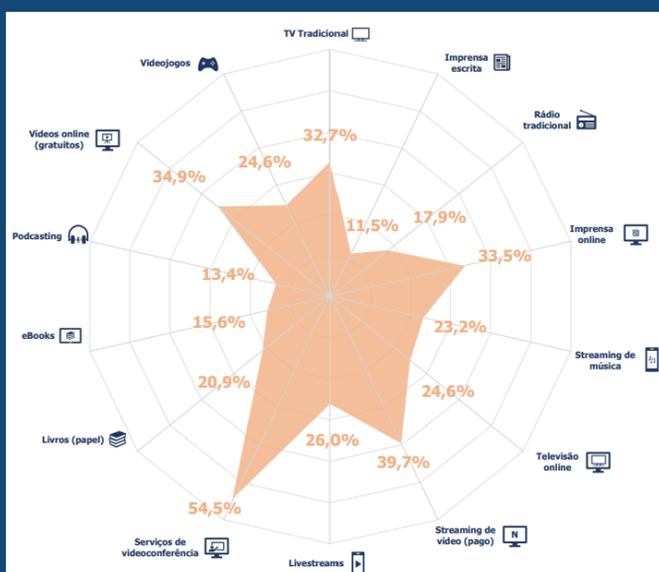
### Geração Z 16 aos 23 anos



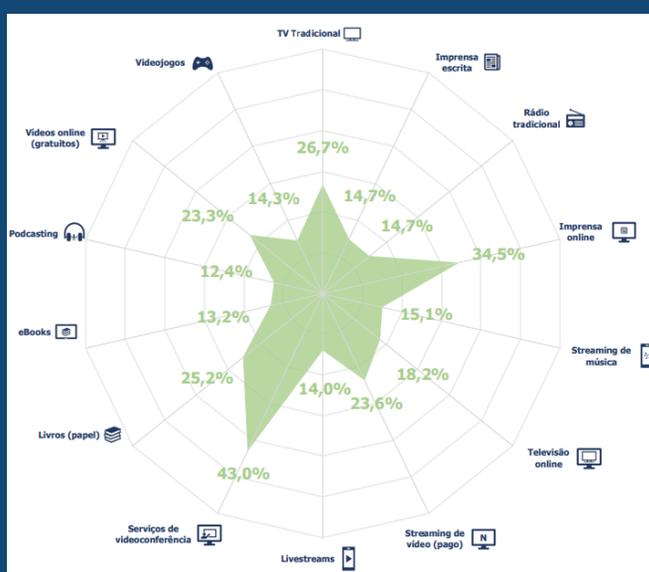
### Millennials 24 aos 37 anos



### Geração X 38 aos 56 anos



### Boomers 57 anos ou +



# Bibliografia

---

Cardoso, G., da Costa, A. F., Coelho, A. R., & Pereira, A. (2014). *A Sociedade em Rede em Portugal: Uma Década de Transição*. Instituto Universitário de Lisboa CIES-IUL.

Cardoso, G., da Costa, A. F., Conceição, C. P., & Gomes, M. C. (2005). *A Sociedade em Rede em Portugal*. Campo das Letras.

Cardoso, G., Baldi, V.m Quintanilha, T. L., Couraceiro, P., & Paisana, M. (2021). *Salvar os media? O papel das plataformas na sustentabilidade do jornalismo e comunicação social*. Publicações OberCom.

Cardoso, G., Baldi, V. Paisana, M., & Quintanilha, T. L. (2020). *Pandemia e consumos mediáticos*. Publicações OberCom.

Cardoso, G., Paisana, M., & Martinho, A. P. (2023). *Digital News Report Portugal*. Publicações OberCom.

Comissão Europeia (2022). *Public Financing in News Media*. Comissão Europeia.

Conselho de Imprensa (1979). *A Imprensa Escrita em Portugal (Abril de 1974 a Julho de 1976)*. Conselho de Imprensa.

Hemeroteca Municipal de Lisboa. (2014). *25 de Abril: Os dias da Revolução na Imprensa Portuguesa*. Câmara Municipal de Lisboa.

Mesquita, M. (1994). *O Universo dos Media Entre 1974 e 1986*. Em A. Reis (Ed.), *Portugal 20 anos de democracia* (pp. 360–396). Temas e Debates.

