

## recensões

Jenny Kitzinger (2004). *Framing abuse. Media influence and public understanding of sexual violence against children*. London, Pluto Press

---

Cristina Ponte (Universidade Nova de Lisboa)

Questões perenes sobre o poder dos media têm sustentado duas linhas de pesquisa em comunicação, aparentemente opostas: uma, em torno dos *efeitos* dos media, outra em torno do *papel activo* das audiências. O que esta obra de Jenny Kitzinger propõe é uma abordagem que reúna contributos de ambas, no sentido de perceber *processos de influência* dos media nas audiências.

Marcada pela sua formação como antropóloga e por vários estudos de recepção, que conduziu, nomeadamente no Glasgow Media Group, esta investigadora britânica propõe uma agenda de investigação que articule, mais do que separe, contributos provenientes das pesquisas sobre os efeitos e sobre o papel activo das audiências. Para isso, é necessário que as pesquisas em torno de efeitos dos media tenham mais presente as respostas das pessoas, através de uma investigação profunda sobre como estas se discutem questões sociais, e que as pesquisas sobre o poder das audiências deixem de ignorar resultados produzidos no âmbito de estudos dos efeitos.

A proposta de cruzar esses contributos assenta na investigação empírica de Jenny Kitzinger, de mais de duas décadas, sobre o papel dos media na definição de questões sociais, por vezes mesmo na sua transformação. Tendo investigado questões relacionadas com saúde (com destaque para a recepção de campanhas de prevenção da Sida e sobre genética humana), toma aqui como base a pesquisa sobre o abuso sexual de crianças na esfera doméstica, questão social silenciada até aos anos 1980, no Reino Unido, e mais tarde ainda em Portugal.

A autora, actualmente a coordenar um grupo de investigação na Universidade de Cardiff, sobre Media e Risco, convoca trabalhos de campo conduzidos em diferentes momentos de visibilidade da problemática do incesto, primeiro num tempo em que “não havia palavras para dele falar”, depois num tempo já povoado de imagens cruzadas por diversos formatos dos media, da notícia à série de ficção. Os capítulos desta obra visitam casos e momentos de grande atenção mediática no Reino Unido, a sua configuração e os impactos diferenciados que tiveram em públicos com diferentes vivências.

A metodologia usada por Jenny Kitzinger, enformada pela perspectiva da audiência activa e por posições do movimento feminista, tem nas entrevistas em profundidade e nas interacções geradas por grupos de foco as formas privilegiadas para ouvir as pessoas, as suas palavras e os seus silêncios, e também para lhes devolver a palavra.

O potencial dos grupos de foco enquanto geradores de conhecimento entre os seus participantes é uma metodologia que destaca na pesquisa social (é co-editora, com Rosaline Barbour, de *Developing Focus Group Research*, Sage, 1999). Neste livro, que reúne contributos de 79 grupos de foco de variadas composições por idade, género e número de participantes, Kitzinger apresenta as suas opções metodológicas: composição do grupo a partir de pessoas que se conhecem, actividades de recurso diversificadas, entre elas a escrita, pelos participantes, de novas notícias sobre casos que foram notícia, um ambiente informal de interacção entre pares, traço que destaca e que diferencia da situação de entrevista.

Os documentos orais reunidos no grupo de foco são depois transcritos, codificados e interpretados. A transcrição exaustiva, que tem em conta os processos de interacção, permitirá uma codificação por temas e por tipos de interacção. Com ajuda do computador, opera-se uma análise sistemática de padrões e de desvios, para observar e tornar visível processos diferenciados de apreensão e de construção do conhecimento, *com os media, contra os media, para além dos media*.

Ao longo de vários capítulos deste livro, acompanhando essa análise, vemos a questão do incesto passar da esfera privada para o discurso público, como se foi tornando pública pela intervenção dos media e que processos a marcaram. Segue-se a revisão do historial do tema e da construção do abuso sexual de crianças como novo problema social, cujos enquadramentos vão convocar as teorias dos media (audiência activa, identificação criativa e *agenda setting*). Nessa visita a casos que marcaram a sociedade britânica, Jenny Kitzinger vai propondo conceitos como *media template*, *story branding*, *story placing*.

Propõe o conceito de *media template*, padrão mediático, para a evocação prolongada de um primeiro caso que actua como analogia para outros, ainda que tenham características diferentes. O primeiro caso público de abuso sexual de crianças foi o caso Cleveland, em 1987: com base em pareceres médicos, assistentes sociais retiraram das suas famílias, durante algum tempo, crianças suspeitas de terem sido abusadas sexualmente. Esta foi uma história enquadrada então como “abuso dos serviços de assistência”. Revelações de outros casos de incesto eram evocadas como “mais um Cleveland” e o seu enquadramento era o da ineficácia dos serviços de assistência social.

O conceito de *story branding* (marca da história) explora o papel evocativo de uma referência intensamente repetida. Encontrou-o na cobertura noticiosa de um outro caso de retirada de crianças a famílias, pela mesma acusação, que punha grande

ênfase no facto de ter ocorrido às primeiras horas da manhã. *Raid de madrugada* tornou-se a ‘marca desta história’, expressão omnipresente na sua evocação posterior. Por sua vez, o conceito de *story placing* questiona como são apresentadas localidades, os seus ambientes e as suas comunidades nas notícias.

Outros pontos que Kitzinger destaca nesta questão social são a circulação de imagens dominantes de abusadores como elementos estranhos à comunidade, o activismo em protestos contra a integração de pedófilos, as respostas diversificadas a uma iniciativa feminista, a campanha Tolerância Zero.

Na conclusão, a investigadora do *Risk, Science and Health Media Research Group*, da Universidade de Cardiff, reflecte sobre o papel dos media na representação de questões sociais, como as tornam públicas e como as cobrem. Ao tornarem públicas essas questões, sublinha Kitzinger, os media ajudam a expor novos problemas, a redefinir a própria natureza da questão, a popularizar novos tipos de discurso, proporcionando um fórum para a formação de novos tipos de identidades. Mas a natureza da cobertura é um aspecto crucial, que não deve ser ignorado nas suas possibilidades divergentes, que igualmente destaca.

Como implicações para a pesquisa futura, Jenny Kitzinger aponta a análise da cobertura dos media e da sua representação cultural, bem como o estudo das audiências, sob uma nova pesquisa das *influências*, termo que prefere a “efeitos”, algo estigmatizado pelas correntes de estudo das audiências. Ao assinalar o interesse crescente pelos estudos das audiências e das suas práticas, apela a que não se ponha de parte a investigação sobre o impacto dos media, apesar da dificuldade em o estudar. Como escreve, a pesquisa, “de um modo ideal, deveria explorar os laços entre a compreensão das audiências, a natureza da cobertura dos media e os processos de produção” (p. 192).

Em epílogo, encontramos contributos desta pesquisa sobre o abuso sexual para a protecção da criança e para o seu tratamento por parte profissionais dos media, dos jornalistas, guionistas, produtores.

Trata-se de um guia de pesquisa sobre a influência dos media no desenho e redesenho de questões sociais, vincadamente qualitativa e interpretativa, solidamente ancorada nas palavras e nas interacções de pessoas que as discutem.

Patricio Tupper (2003). *Allende, la cible des medias et de la CIA (1970-1973)*, Paris: Les Éditions de L’Amandier

---

Susana Salgado (Universidade de Lisboa)

O cenário desta obra é o Chile em 1970-1973, ou melhor, os mil dias do governo da Unidade Popular (UP) de Salvador Allende. Patricio Tupper, chileno de origem e especialista em cultura da comunicação e da informação, realiza

um percurso quotidiano pelos media, de forma a documentar a atmosfera que se vivia nessa época e a perceber o papel que os meios de informação tiveram durante o período que precedeu o golpe de Estado dos generais.

A análise feita pelo autor contempla a história da imprensa chilena, as suas tradições, meios de financiamento, fontes de inspiração e ligações com as várias camadas da sociedade, mas o principal foco são os mil dias do governo de Allende. Neste período é destacada a áspera batalha pela sobrevivência de um regime que, apesar de democraticamente eleito e defensor da liberdade de imprensa, viu terminar abruptamente a sua legitimidade, em parte devido à acção dos media.

Entre 1970 e 1973, os media chilenos não escaparam à polarização política que se viveu no país. Porém, segundo Tupper, os meios de informação não foram um simples reflexo das divergências partidárias, foram igualmente «um motor, passando da propaganda à guerra psicológica, a última etapa antes do golpe de estado» que levou ao poder o general Augusto Pinochet. «O fim violento da UP consagra a vitória mediática dos seus inimigos», defende (p. 6).

A 4 de Setembro de 1970, depois de várias tentativas anteriores fracassadas, as esquerdas conseguiram unir-se e lançar um candidato à presidência da República: Salvador Allende, um senador militante do Partido Socialista chileno. Para alcançar o objectivo, seis partidos integraram-se na UP (os mais importantes eram o partido socialista, o comunista, o radical e o MAPU, uma dissidência da democracia cristã). Como um aliado inconveniente da UP, mantido à distância, existiam os extremistas do MIR (Movimiento de la Izquierda Revolucionária), uma agrupação guevarista que defendia «a luta armada». Apesar do suporte técnico e da ajuda financeira dos Estados Unidos para a campanha, saiu derrotado o candidato conservador de direita, Jorge Alessandri, representante do partido da Democracia Cristã.

As verdadeiras mudanças nos media começaram a ocorrer seis meses após a chegada de Allende ao poder. A oposição desenvolveu uma estratégia mediática por etapas que culminou na criação de uma imagem de caos e acabou por persuadir as forças armadas da necessidade de intervenção na política do país. Para Tupper, «essa estratégia mediática não apareceu isolada mas sim como parte de um plano. Foi mais uma arma no conjunto do arsenal que a oposição dispunha. Da campanha de propaganda passou-se a uma verdadeira guerra psicológica que acabou por ter um fim militar. Nessa guerra, identificam-se quatro etapas bem definidas: desobediência civil, desobediência militar, resistência civil e militar e, por fim, a ofensiva civil e militar.» (p. 353).

O principal actor mediático neste período foi o diário *El Mercurio*. Publicado desde 1900, este jornal caracterizava-se por um estilo moderado e uma aparente objectividade mas em 1971 muda radicalmente o seu discurso e aspecto e assume-

-se como o mais importante defensor das liberdades ameaçadas. A primeira página passa de uma versão sóbria para uma espécie de anúncio publicitário, com grandes fotos e títulos quase sempre alusivos à violência, ao medo e à insegurança. As habituais 40 páginas passam a 120, todas elas repletas de referências aos valores ideológicos tradicionais da sociedade chilena em oposição aos defendidos pela UP de Allende.

Uma análise dos temas das páginas principais do *El Mercurio* durante 30 semanas, de 27 de Julho de 1972 a 4 de Março de 1973, identifica que a estratégia deste jornal era a de passar diariamente ideias como as seguintes: «A UP está dominada pelo marxismo e é incapaz de fazer funcionar o país, criando assim uma crise económica; A UP gerou uma terrível vaga de violência provocada pelos extremistas e pelos criminosos que ameaçam a liberdade, a ordem e a democracia. É o que fazem os países socialistas: abolição da liberdade e da democracia e revés económico. Esta situação de violência, de crise económica e de atentados contra a democracia exige das forças sociais e políticas democráticas e das forças armadas uma resposta clara de forma a restabelecer a ordem» (p. 355).

Mas o *El Mercurio* não foi o único meio de comunicação a lançar uma campanha contra o governo de Salvador Allende. Outros títulos fizeram o mesmo, como o *Tribuna*, *La Tercera*, *La Prensa* ou *La Segunda*.

Enquanto a imprensa conservadora desfere ataques constantes ao governo de Allende e escolhe os argumentos, os media ligados à UP contentam-se em ir respondendo às provocações, usando as palavras de ordem do tempo em que a esquerda era oposição.

Nesta polarização política, a informação cede espaço à propaganda e à desinformação. «O jornalismo torna-se, assim, um ofício de agitadores da opinião pública e de artesãos da mentira em proveito dos partidos em disputa» (p. 357).

Tupper enfatiza ainda a intervenção directa dos EUA. na desestabilização do governo de Allende e apresenta entrevistas e relatórios da CIA, que confirmam que esta agência norte-americana forneceu cerca de 13 milhões de dólares à imprensa e aos partidos de direita chilenos. Além disso, um estudo realizado em 1975 nos EUA sobre as primeiras páginas do jornal *El Mercurio* refere que as técnicas empregues eram muito semelhantes às da «guerra psicológica» da CIA e que visavam impedir o fluxo da informação e difundir deliberadamente informações falsas. O estudo conclui que estas estratégias foram aplicadas no *El Mercurio*, e que «o nome do jornal servia apenas para conferir credibilidade ao que não passava de um panfleto da CIA» (p. 187).

A juntar ao clima de instabilidade veiculado pela imprensa, as dificuldades económicas sentidas vêm precipitar o desfecho do governo de Salvador Allende. Entre 1972-73 a economia literalmente parou e as taxas de inflação dispararam para valores nunca antes vistos no Chile. A tensão social aumentou bastante e

os conflitos entre os operários e os outros sectores sociais cresceram. A escassez geral, as filas, o mercado negro, fizeram com que as classes médias abandonassem a simpatia que haviam tido pelo regime de Allende.

Outra das razões evocadas para o fracasso da «via chilena para o socialismo» foi o contexto mundial. Era o tempo da guerra-fria e os EUA em guerra com o Vietname não aceitaram tranquilamente a existência de um regime socialista na sua área de influência. Além disso, a política das nacionalizações adoptada pela UP feria os interesses das grandes corporações americanas. Não demorou muito para que o Chile se encontrasse submetido a um bloqueio informal (como Allende denunciou num dramático discurso na ONU), não conseguindo empréstimos internacionais e nem bons preços para o cobre, o seu principal produto de exportação. A estratégia americana foi sufocar gradualmente a economia chilena.

O golpe de Estado de 11 de Setembro de 1973 terminou com a experiência governativa da UP, com a vida de Salvador Allende e com a liberdade de expressão e da imprensa. Os jornais de esquerda foram fechados, os seus bens confiscados, as rádios desmanteladas ou ocupadas pelos militares, centenas de jornalistas viram-se forçados a abandonar o país, outros foram assassinados ou presos. De 1974 a 1989, o país vive sob a ditadura de Pinochet e é instaurada a censura à imprensa.

Tupper termina com a seguinte advertência: «num país onde o pluralismo mediático continua ausente, convém reflectir porque não se aprenderam as lições do passado» (p. 358).

Este livro foca a questão da instrumentalização dos media pela política num tempo e num regime distantes. Não obstante, a instrumentalização dos media é um tema que continua extremamente actual e que se coloca ainda com grande acuidade nos Estados democráticos: liberdade de expressão e de informação não são necessariamente sinónimos de pluralidade, nem de igualdade de acesso aos meios de informação.

Cristina Ponte (2004). *Leituras das Notícias, contributos para uma análise do discurso jornalístico*. Lisboa: Livros Horizonte, Coleção Media e Jornalismo

---

Carla Baptista (Universidade Nova de Lisboa)

Digamos que este livro, nas suas confortáveis 140 páginas, alinha e explica o vocabulário essencial para o enquadramento teórico da profissão de jornalista, além de abrir um horizonte para pensar o jornalismo enquanto processo que decorre (ainda) ao longo de um percurso intrigante: como foi possível que

esta ordem discursiva tão singular, com as suas formas quase canónicas de relato e legitimidade de quem reporta, tenha sido capaz de reivindicar capacidade de produzir verdade sobre o mundo, quando são tão frágeis as suas bases de assentamento?

Conceitos como *comunidade interpretativa*, *empacotamento*, *moldes mediáticos*, *noticiabilidade* ou *drama social* são inseridos dentro da sua história, que é também a história da construção do jornalismo enquanto *campo* (outra palavra carregada de sentido) do saber e “espaço de intervenção social diferenciado do escritor ou do cientista”. Ignorar a *tradição* destes conceitos é, não só falta de conhecimento, como também impossibilidade de exercer sobre os diversos registos do discurso jornalístico qualquer tipo de análise crítica fundamentada.

Por esta razão se recomenda vivamente a leitura desta obra de Cristina Ponte, investigadora e professora na área das Ciências da Comunicação, extraída aliás da sua dissertação de Doutoramento, defendida na Universidade Nova de Lisboa, em 2002.

Apresentando-se em três capítulos – Jornalismo e Literatura, Jornalismo e Produção de Conhecimentos e O Circuito da Noticiabilidade – o livro mostra bem como a produção do conhecimento teórico sobre o Jornalismo se enriqueceu com o contributo de novas disciplinas que foram quase forçadas a esse pronunciamento, dada a dimensão social, política e cultural que o sistema mediático foi adquirindo a partir dos anos 60.

É o caso, por exemplo, da filosofia pragmática da linguagem, em particular de Austin, 1962, “com a substituição da sua análise formal por uma análise da sua realização em contexto”. Como acrescenta Cristina Ponte, trata-se “de uma viragem do texto para o discurso, da linguagem para o social, do enunciado para a enunciação e as suas condições de produção e recepção” (pág. 10).

Muito estimulante também é a ideia, expressa no segundo capítulo, do jornalismo enquanto “conhecimento político”. Os primeiros estudos sobre o Jornalismo, iniciados há um século, colocaram justamente a pergunta: “para que serve a Imprensa, quais os seus usos?”.

No início do século XX, a Escola de Chicago, nomeadamente através de Robert Park, que era jornalista antes de ter sido professor na Universidade de Chicago, vai explorar as relações entre a imprensa e a cidade moderna, mostrando que os jornais mobilizavam o interesse comum pela *polis* e, ao permitir a fala sobre as coisas, abriam a porta ao pensamento e ao espírito crítico.

Para Park, a notícia é justamente “aquilo que faz as pessoas falar”. A notícia estaria situada algures entre um tipo de conhecimento puramente sensitivo e um tipo de conhecimento preciso e sistemático.

Seria preciso, porém, esperar pelos anos 70, para assistir ao adensar desta discussão, com o aparecimento de “uma sociologia do jornalismo virada para

a complexidade dos processos de produção de notícias”: negociação entre jornalistas e promotores da informação, rotinas produtivas, constrangimentos organizacionais.

Já nos anos 80 surge uma nova abordagem do Jornalismo – a abordagem sociocognitiva, que envolve a produção dos textos numa *contingência*, isto é, num processo situacional e dialógico. Um autor central nesta perspectiva é o holandês Teun van Dijk, que introduz os conceitos de *memória episódica* ou *pessoal* e *memória social*. A compreensão dos *inputs* discursivos, incluindo os jornalísticos, no fundo, a apreensão de sentido, interage com estas duas componentes de memória.

O modelo proposto por van Dijk, cuja complexidade nem ousamos aqui tentar resumir, tem o enorme mérito de lançar a investigação sobre o Jornalismo muito para além do que está escrito ou foi dito, visto ou contado pelos jornalistas, introduzindo uma variabilidade tal (quase biográfica) na descodificação e processamento da informação que o próprio modelo se estilhaça enquanto tal.

No terceiro e último capítulo, a autora aborda a perspectiva da Mass Communication Research e da Teoria Crítica, ambas surgidas na primeira metade do século XX e separadas quase em tudo: nos objectivos, nas propostas, nas abordagens. Enquanto a primeira tem como modelo o positivismo e se afadiga na concretização de instrumentos de medida dos efeitos dos media sobre largas fatias da população, a segunda vai olhando quase com horror para os efeitos da expansão de conteúdos culturais orientados para grandes audiências.

É exemplar a frase de Adorno, citada pela autora, e que dá conta da sua ruptura com Paul Lazarsfeld (ambos cientistas europeus refugiados nos Estados Unidos): “Quando fui confrontado com a exigência de medir a cultura, vi que a cultura devia ser precisamente a condição de algo que exclui uma mentalidade capaz de a medir” (pag. 103).

No final da viagem intelectual que este livro nos propõe por autores tão diversos e tão importantes para a área das Ciências da Comunicação, fica uma impressão que mistura desconforto e plenitude: não é possível compreender o Jornalismo sem incluir a dimensão imaginária e imaginada que está na base de constituição de uma *comunidade interpretativa* que, não só foi capaz de estruturar entre si elementos de coesão (tempo, espaço, enquadramentos), como foi encontrando reconhecimento nas interpretações partilhadas dos acontecimentos públicos.

Sem integrar esta dimensão de circuito da comunicação nem o Jornalismo faz sentido ou produz sentido *em si*, como também falhará qualquer discurso mais ou menos científico sobre a profissão.

O desconforto advém da consciência dessa ausência de ligações fortes que possam garantir a união dos intervenientes em momentos de crise; a plenitude, da liberdade absoluta a que estamos condenados. Como diz o peixe *Dory* no filme “À procura de Nemo”, “basta nadar, basta nadar!”.



Paulo Faustino (2004) *A Imprensa em Portugal Transformações e Tendências, Media XXI*

Estrela Serrano (Escola Superior de Comunicação Social)

Partindo de uma “perspectiva empresarial” sobre a evolução e tendências das empresas “de imprensa”, em Portugal, o autor aborda, neste livro, as práticas de gestão nos vários segmentos, ao longo dos últimos 30 anos, com incidência especial no período 1998-2003. Entre os aspectos analisados, Faustino debruça-se sobre a circulação, a caracterização da oferta e da procura, as estratégias e táticas de gestão, os factores de mudança – económicos, políticos, sociais, educacionais – a influência da tecnologia na organização da empresa jornalística e a repartição do investimento publicitário.

Como eixo da sua abordagem, o autor assume, à priori, cinco principais tendências no sector da imprensa, em torno das quais desenvolve o seu estudo: a fusão e concentração empresarial; a ancoragem nas tecnologias; a adopção de práticas de gestão de marketing; a orientação para a racionalização dos custos e rendibilidade; e a globalização da indústria de comunicação. A estas, o autor acrescenta, como resultado do seu estudo, outras tantas, que caracteriza como: tendência para a diversificação dos negócios em vários suportes; especialização dos conteúdos editoriais; reforço da concorrência; dependência crescente da publicidade; e crescimento da imprensa gratuita.

Entre os factores exógenos de maior impacto nas transformações e desenvolvimento das empresas de imprensa o autor assinala a Revolução do 25 de Abril de 1974; a reprivatização da imprensa a partir de 1986; o aparecimento do jornal *Público*, em 1991; a globalização da comunicação; a adesão de Portugal à CEE, em 1986; o surgimento e a adesão às novas tecnologias; a entrada na bolsa de alguns grupos media, em 1994, 2000 e 2004; a realização da Expo 98; e o desenvolvimento das empresas de comunicação.

No que se refere ao primeiro factor – a Revolução de Abril – o autor aponta-o como a base de um conjunto de reformas políticas e sociais que viria a repercutir-se sobretudo nos anos 90, não obstante, numa primeira fase, ter contribuído para desmobilizar a presença de multinacionais no mercado publicitário, retardando o investimento publicitário. A reprivatização da imprensa, a partir de 1986, ao facultar a entrada de entidades privadas no capital das empresas, imprimiu-lhes uma dinâmica de mercado, visível no surgimento de pequenos grupos media que cresceram a partir da aquisição de títulos ao Estado, como é o caso da Lusomundo, através da aquisição do *Diário de Notícias* e do *Jornal de Notícias*.

Por seu turno, o aparecimento do jornal *Público*, em 1991, possuiu, segundo Faustino, um enorme impacto na profissionalização da imprensa, em Portugal, por ter sido o primeiro grande projecto jornalístico português criado de raiz por

uma entidade privada, – o grupo Sonae – cuja capacidade financeira permitiu grandes investimentos em novas tecnologias e em recursos humanos qualificados.

A globalização da comunicação, nomeadamente através da vinda para Portugal, a partir de 1986, de empresas multinacionais de publicidade, veio permitir a acumulação de massa crítica no mercado publicitário. Surgem, assim, numa primeira fase, empresas de imprensa com uma oferta diversificada de produtos jornalísticos impressos – jornais e revistas – e, uma segunda fase, a partir de 1990, com a liberalização do sector audiovisual, grupos media com oferta diversificada nos vários segmentos – rádio, televisão e imprensa. A adesão de Portugal à União Europeia permitiu, por sua vez, um maior contacto e intercâmbio internacional com empresas de media e realidades de mercado que proporcionaram a importação de modelos de produção e gestão mais eficazes, reforçando a orientação para o mercado. As novas tecnologias, em particular a Internet, para além de introduzirem maior eficiência nos métodos de gestão e de produção, constituíram-se como suporte de distribuição da informação, alternativo e complementar do papel.

A entrada na bolsa dos principais grupos media veio introduzir maior transparência ao mercado, obrigando as empresas a expor publicamente os seus resultados económicos e financeiros. Faustino salienta a outra face desse processo, isto é, o facto de a exigência de rendibilidade ter tornado implacável o processo de decisão sobre continuidade ou encerramento das empresas de media.

Finalmente, o autor aponta, como factor de transformação e evolução das empresas do sector, em Portugal, o desenvolvimento das empresas de telecomunicações e de base tecnológica, com impacto ao nível do investimento publicitário – através do lançamento de novas redes de telefones móveis e fixos e reforço das já existentes, que fizeram crescer o investimento publicitário – e ao nível da produção e distribuição de conteúdos – com o surgimento de iniciativas empresariais e comerciais de editoras de jornais e revistas tentando aproveitar o crescimento do mercado publicitário para viabilizarem os seus projectos jornalísticos.

A dimensão atingida pelo sector tornou-se difícil de sustentar em conjunturas desfavoráveis pelo que, em 2001, com a economia em recessão, as empresas foram obrigadas a inflectir estratégias verificando-se, em muitos casos, reestruturações, encerramento de títulos e despedimentos.

O autor termina o seu estudo propondo alguns dos desafios que se colocam às empresas do sector, entre os quais nomeia o da competitividade no mercado da comunicação, a concentração empresarial e a diversificação multimédia, a especialização dos conteúdos e a adopção do modelo tecnológico que, em cada caso, melhor rentabilize os investimentos.