

Anna Rubaj\*

## **Portugalskie media masowe – ewolucja powstawania, specyfika, funkcjonowanie i tendencje rozwojowe**

---

### **STRESZCZENIE**

Portugalia, kraj atlantycki położony na Półwyspie Iberyjskim, niegdyś bogaty i niepokonany, dzisiaj jest jednym z najsłabiej i najwolniej rozwijających się państw Europy Zachodniej. Reżim autorytarny, deficyt handlu zagranicznego, ogromne wydatki na utrzymanie armii, masowa emigracja, niska jakość życia i analfabetyzm sprawiły, że Portugalia do połowy lat siedemdziesiątych była zacofana i wyizolowana na arenie międzynarodowej. Dopiero przewrót wojskowy dokonany 25 kwietnia 1974 roku przez Ruch Sił Zbrojnych doprowadził do defaszyzacji i demokratyzacji Portugalii. Od tej pory życie polityczne i medialne tego kraju wkroczyło w nową fazę. Media zaczęły się swobodnie rozwijać, a społeczeństwo korzystać z pluralizmu opinii i wolności słowa. Chociaż krajobraz medialny Portugalii wciąż pozostawia wiele do życzenia, to trzeba przyznać, że staje się coraz silniejszy i niezależny. Staje się to także za przyczyną nowych technologii, które napędzają ten proces. Celem niniejszego artykułu będzie charakterystyka portugalskiego systemu medialnego, ukazanie jego mocnych i słabych stron, a także nakreślenie przyszłych ram rozwojowych.

**SŁOWA KLUCZOWE:** system medialny, spolaryzowany pluralizm, media w Portugalii, tendencje rozwojowe, specyfika środków masowego przekazu w Portugalii

### **Wstęp – ogólna charakterystyka portugalskiego systemu medialnego**

Chociaż Portugalia nie wiezie prymu wśród europejskich gospodarek (zajmuje 14 miejsce w rankingu<sup>1</sup>), to jakość życia z roku na rok się tam poprawia. Postęp ten hamują wciąż czynniki, takie jak: korupcja, utrzymujący się dystans między

---

\* mgr; doktorantka w Zakładzie Komunikowania Międzynarodowego i Systemów Medialnych Uniwersytetu Śląskiego.

<sup>1</sup> Euro-Dane: Ekonomia Unii Europejskiej – wskaźniki gospodarcze, *Ranking największych gospodarek w Unii Europejskiej* [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://euro-dane.com.pl/wydarzenia-gospodarcze-428>

klasą polityczną a obywatelami, nieufność wobec instytucji państwowych (w szczególności sądownictwa), bezrobocie i niski poziom wykształcenia w porównaniu do innych krajów Unii Europejskiej.

Nie inaczej swoją pozycję widzą także sami Portugalczycy – satysfakcja z życia jest tam niższa od średniej europejskiej aż o 80%, klasyfikując Portugalię na przedostatnim miejscu<sup>2</sup>. Globalny kryzys światowy spotęgował szereg problemów wewnętrznych, związanych w szczególności z sektorem finansów publicznych, zadłużeniem i przewartościowaniem waluty<sup>3</sup>. Niestabilność i słabość polityki wewnętrznej uniemożliwiły tworzenie politycznych koalicji, a co za tym idzie – zablokowały możliwość skutecznego rozwiązania problemów ekonomicznych. Trzeba przyznać jednak, że Portugalia pozostaje krajem pełnym potencjału, którego dalszy rozwój z pewnością zależy od reform gospodarczych i kompetentnej polityki.

Portugalski system medialny, zaklasyfikowany przez D.C. Hallina i P. Manciniego – obok państw takich jak Hiszpania, Grecja, Włochy i Francja – do krajów spolaryzowanego pluralizmu, charakteryzuje się pewnymi cechami szczególnymi, a mianowicie: niskim poziomem czytelnictwa, państwową kontrolą mediów masowych, wysokim stopniem paralelizmu politycznego, niską profesjonalizacją dziennikarską oraz znaczną instrumentalizacją<sup>4</sup>. Źródło tych cech ma podłoże ideowe – w modelu spolaryzowanego pluralizmu „rozłamy często są bardzo głębokie, poziom konsensusu znikomy, a legitymizacja systemu politycznego powszechnie kwestionowana”<sup>5</sup>. Prasa w Portugalii od początku swego istnienia nie rozwijała się w sposób masowy, ale raczej jako instytucja polityczna czy literacka. Była przeznaczona głównie dla elity kraju, nie dla ogółu społeczeństwa. Dziennikarze, którymi byli politycy, pisarze, intelektualiści, najczęściej przyjmowali postawę agitującą, traktowali tę pracę raczej jako wstęp do właściwej kariery politycznej lub literackiej, nie liczyli się ze społecznym oddziaływaniem i powagą swej roli, nie pełnili roli *watchdog*).

<sup>2</sup> OECD, Better Life Index, Portugal [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/countries/portugal/>

<sup>3</sup> União Geral de Trabalhadores, *Situação Económica e Social. Uma Política de Crescimento, Emprego e Coesão Social* [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: [http://www.ugt.pt/SN2\\_03\\_09\\_2009.pdf](http://www.ugt.pt/SN2_03_09_2009.pdf)

<sup>4</sup> D.C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007, s. 67-68.

<sup>5</sup> *Ibidem*, s. 60, cyt. za: Sartori (1976:135).

Tabela 1. Charakterystyka krajów spolaryzowanego pluralizmu w odniesieniu do mediów na przykładzie Portugalii

	<b>Model spolaryzowanego pluralizmu: Portugalia</b>
Historia polityczna:	Reżim autorytarny; późna demokratyzacja; spolaryzowany pluralizm; wysoki stopień analfabetyzmu w przeszłości;
Rola państwa:	Silne zaangażowanie państwa w gospodarkę; interwencjonizm państwowy; system zachęt i dotacji dla mediów; okresy cenzury; brak zainteresowania elit politycznych polityką medialną – „dzika deregulacja”;
Paralelizm polityczny:	Wysoki; dziennikarstwo zorientowane na komentarz; media podporządkowane procesowi politycznemu;
Profesjonalizacja:	Niski stopień; dziennikarze utożsamiają się z daną partią polityczną, a politycy często pracują lub pracowali jako dziennikarze;
Prasa:	Ma charakter elitarny; niskie wskaźniki czytelnictwa;
Media elektroniczne:	Dominują na rynku medialnym Portugalii – w szczególności telewizja, która jest głównym medium w komunikacji politycznej;
Kościół katolicki:	Ważny podmiot na rynku medialnym, zarządzający wieloma mediami (w szczególności prasą lokalną i regionalną); w przeszłości współpracujący z władzą autorytarną;
Koncentracja:	Pomimo zabezpieczeń prawnych dalej występuje;
Władza racjonalno-legalna:	Słabsza; klientelizm.

Źródło: oprac. własne na podst. D.C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007, s. 67-68.

Przyczyną takiego stanu rzeczy była dyktatura, długie okresy cenzury, brak wykształcenia i powszechny analfabetyzm (w 1910 roku było to aż 70% społeczeństwa). Dzisiaj Portugalczycy także znajdują się na końcu Europy, przeznaczając średnio 19,8 minut dziennie na czytanie gazet, przy czym odsetek osób w ogóle nieczytających gazet wynosi aż 41,5% (za Portugalią znajduje się tylko Hiszpania

i Grecja)<sup>6</sup>. Warto zauważyć także, że różnica płciowa między czytającymi kobietami i mężczyznami w Portugalii jest dość duża – z korzyścią dla tych drugich, wynosi ona bowiem ok. 10% (więcej ma tylko Grecja)<sup>7</sup>.

Tabela 2. Nawyki czytelnictwa w prasie lokalnej i krajowej w poszczególnych regionach Portugalii

Dystrykt	Prasa		Różnica (%)
	Lokalna (%)	Krajowa (%)	
Aveiro	64,2	60,1	4,1
Beja	52,9	53,1	0,2
Braga	63,6	62,8	0,8
Bragança	44,2	43,6	0,6
Castelo Branco	71,3	55,4	15,9
Coimbra	68,8	58,4	10,4
Evora	61,1	59,2	1,9
Faro	48,9	70,1	21,2
Guarda	63,2	58,8	4,4
Leiria	69,2	62,1	7,1
Lisboa	31,8	72,1	40,3
Portalegre	64,1	62,5	1,6
Porto	36,7	75,1	38,4
Santarém	64,8	61,3	3,5
Setúbal	52,4	71,2	18,8
Viana do Castelo	57,2	61,6	4,4
Vila Real	50,9	50,8	0,1
Viseu	50,4	46,0	4,4

Źródło: *A Imprensa Local e Regional Em Portugal*, Entidade Reguladora para a Comunicação Social, Edição 2010 [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.erc.pt/documentos/ERICImprensaLocaleRegionalfinal.pdf>, s. 228.

Co więcej, wyraźnie zaznacza się związek między polityką, a portugalskimi środkami masowego przekazu. Media są tam zbyt duże i silne w porównaniu do

<sup>6</sup> E. Elvestad, A. Blekesaune, *Newspaper Readers in Europe: A Multilevel Study of Individual and National Differences* [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.sagepub.com/mcquail6/Online%20readings/16a%20Elvestad%20&%20Blekesaune.pdf>, s. 432.

<sup>7</sup> Ibidem, s. 435.

niewielkiej siły społeczeństwa obywatelskiego<sup>8</sup>. Rozbudowany system komentowania informacji jest ponadto dominujący i inwazyjny, wpływa na rzeczywistość, perswadując pewną ideologię, agitując do pewnych celów.

Wpływ państwa na ewolucję mediów w Portugalii na przestrzeni lat także był duży. Zaliczmy do niego: okresy cenzury, kontrolę środków masowego przekazu już w okresie demokratycznym, publiczne dotowanie mediów, prawo antykoncentracyjne, interwencję państwa w zasoby i zarządzanie przedsiębiorstwem medialnym, stopień dyfuzji kapitału oraz zakres inwestycji w reklamę<sup>9</sup>. W okresie dyktatury prasa krajowa praktycznie nie istniała, a lokalna odnotowywała stały spadek – od 210 gazet lokalnych i regionalnych w roku 1926 po 170 w 1933 i już tylko 80 w roku 1944 oraz zaledwie 17 w roku 1963<sup>10</sup>. Większość gazet w miastach należało ówczesnie do rodzinnych prasowych przedsiębiorstw, a na wsiach prasę kontrolował Kościół katolicki, który współpracował z reżimem. Prasa była niedofinansowana, praktycznie zysk z takiej działalności medialnej nie istniał i nie inaczej było z mediami elektronicznymi. Reżim mocno je trzymał w swej „opieczce”, bojąc się utraty władzy i wpływów. Po obaleniu dyktatury prasa została znacjonalizowana, co *de facto* nigdy nie zostało wytłumaczone z obiektywnego punktu widzenia. Chociaż prasa nie była kopalnią złota, przejęcie jej oznaczało poszerzenie swych wpływów politycznych i zacieśnianie kontaktów z rządem. Dopiero nacisk Unii Europejskiej wymusił prywatyzację tego sektora gospodarki. W 1991 roku w końcu dwa najważniejsze tytuły prasowe zostały sprywatyzowane: „Jornal de Notícias” i „Diário de Notícias”, ale stało się to w dość kontrowersyjny sposób, gdyż ich właścicielem zostało Lusomundo – jedno z najważniejszych portugalskich przedsiębiorstw multimedialnych, znane z bliskich kontaktów z rządem. W związku z tragiczną sytuacją finansową prasy po obaleniu dyktatury zainicjowano system państwowych dopłat pocztowych, polegający na dofinansowaniu wysyłki czasopism dla czytelników krajowych i zagranicznych<sup>11</sup>. W 2001 roku zniesiono dopłaty pocztowe, wprowadza-

<sup>8</sup> J. de Almeida Santos, *Política y Comunicación en el Portugal de Hoy*, Comunicación/es [online]. Ostatnia aktualizacja 12.02.2011 [dostęp: 15.11.2014]. Blog. Dostępny w World Wide Web: [http://www.tendencias21.net/comunicacion/Politica-y-Comunicacion-en-el-Portugal-de-Hoy\\_a19.html](http://www.tendencias21.net/comunicacion/Politica-y-Comunicacion-en-el-Portugal-de-Hoy_a19.html)

<sup>9</sup> G. Aguado, J.M. Sanmarti, R. Magallón, *The Effect of the State on the Evolution of Print Media in European Mediterranean Countries*, International Journal of Communication 3 (2009) [online]. [data dostępu: 7.05.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/560/352>, s. 780.

<sup>10</sup> M. Pinto, H. Sousa, *Journalism education at Universities and journalism schools in Portugal* [online] [dostęp: 7.05.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pinto-manuel-sousa-helena-ensino-jornalismo1.pdf>, s. 2.

<sup>11</sup> M.G. Aguado, J.M. Sanmarti, R. Magallón, *The Effect of the State on the Evolution of Print Media in European Mediterranean Countries*, International Journal of Communication 3 (2009) [online]. [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/560/352>, s. 791.

jąc nowe formy zachęty: do tworzenia stron online, nowych miejsc pracy i do rozwoju przedsiębiorstw medialnych. Z kolei od 2005 roku dotacje zostały skierowane w szczególności w stronę zakładania nowych przedsiębiorstw, profesjonalizacji struktur organizacyjnych firm medialnych i rozwoju technologicznego oraz multimedialnego<sup>12</sup>. W 2007 roku ustalono nowy system dotowania kosztów wysyłki oraz utworzono stronę internetową *Imprensa Regional* (tłum. prasa regionalna), mającą na celu umożliwienie darmowego dostępu do zawartości różnych tytułów w kraju i poza nim. Reklama rządowa jest także powszechnie stosowaną formą dotacji państwowej. Zyski z niej są odpowiednio rozdysponowywane na lokalną prasę (13%) i radio (12%)<sup>13</sup>.

Koncentracja pomimo zabiegów antymonopolowych występuje nadal. Oprócz państwa i Kościoła katolickiego istnieje 6 ważniejszych holdingów medialnych, wpływających na jakość i strukturę portugalskiego systemu medialnego: Cofina, Controlinveste, Impresa, Media Capital, Sonaecom i ZON Optimus<sup>14</sup>. W 2005 roku ustalono dokładną liczbę mediów, która może być skoncentrowana w rękach prywatnych. Zaproponowano, że każda grupa może posiadać jeden kanał telewizyjny, dwie stacje radiowe o zasięgu krajowym, trzy krajowe dzienniki lub tygodniki i jeden dziennik lokalny<sup>15</sup>. Niemniej jednak ograniczenia te nie w pełni działały. Do dzisiaj portugalskie grupy medialne są bezpośrednio lub pośrednio związane z władzą polityczną, a szczególnym tego przypadkiem jest Kościół katolicki.

Od lat sojusz między reżimem a Kościołem zapewniał wzajemną legitymizację funkcjonowania portugalskiego systemu władzy. Mimo że rząd Portugalii proklamował się republiką i następstwem tego faktu była laicyzacja państwa oraz wyraźne oddzielenie go od Kościoła, to potem, od momentu powstania salazaryzmu, Kościół współpracował z państwem faszystowskim po to, by nie utracić całkowicie swoich wpływów, a także w obawie przed jeszcze większą laicyzacją, możliwą po ewentualnym objęciu władzy przez portugalskich komunistów<sup>16</sup>. Nawet sam Salazar – katolik, którego i edukacja i praca były nierozzerwalnie związane z myślą chrześcijańską,

<sup>12</sup> M.G. Aguado, J.M. Sanmarti, R. Magallón, *Public Aid as a Measure of State Interventionism in the Portuguese and Spanish Press*, Madrid 2013 [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: [www.obs.obercom.pt](http://www.obs.obercom.pt)

<sup>13</sup> Ibidem, s. 792.

<sup>14</sup> F. Correia, C. Martins, *Portugal, Media Landscapes*, European Journalism Centre [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: [http://ejc.net/media\\_landscapes/portugal](http://ejc.net/media_landscapes/portugal)

<sup>15</sup> M.G. Aguado, J.M. Sanmarti, R. Magallón, *The Effect of the State...*, s. 796.

<sup>16</sup> A. Rubaj, *Portugalski system medialny*, praca magisterska napisana pod kier. dr. hab. prof. UŚ Zbigniewa Oniszczyka, Uniwersytet Śląski, Katowice 2014, s. 114.

przed swą karierą polityczną najpierw był profesorem Uniwersytetu w Coimbrze, w Katolickim Centrum Chrześcijańskiej Demokracji, później stawiał pierwsze kroki w polityce z ramienia formacji katolickiej Centro Académico de *Democracia Cristã*, aż w końcu został deputowanym partii Centro Católico Português<sup>17</sup>. Dzięki prasie katolickiej – w szczególności „Os Novidades” – został wzięty pod uwagę jako główny reprezentant dyktatury. W końcu to właśnie jego elity katolickie wybrały jako Ministra Finansów w 1928 roku. W zamian za wsparcie Salazar zdawał się gwarantować Kościołowi wpływ na politykę religijną i przede wszystkim społeczną. Z czasem jednak drogi i Kościoła, i dyktatury się coraz bardziej rozchodziły z uwagi na brak satysfakcjonujących rezultatów współpracy<sup>18</sup>. Jednak do dzisiaj Wspólnota pozostaje ważnym graczem na rynku medialnym. W dalszym ciągu posiada liczne gazety lokalne i regionalne, radio (Renasçença, RR), telewizję TVI oraz około 30 wydawnictw katolickich<sup>19</sup>.

### **Współczesny krajobraz portugalskich mediów masowych**

Krajobraz portugalskich mediów po upadku dyktatury zmienił się dość radykalnie. Nastąpiły rozkwit i prywatyzacja mediów, a także w tym okresie rozpoczął się proces koncentracji. Obecnie prasa odnotowuje powolny spadek czytelnictwa na korzyść nowych mediów. Kryzys mediów drukowanych spowodował, że zaprzestano wydawania niektórych tytułów. Średni poziom czytelnictwa w Portugalii plasuje się na poziomie 65,6% i pochodzi głównie z Lizbony i południowej części kraju. Co więcej, chętniej sięga się do prasy (81,4%) niż do czasopism (67,2%)<sup>20</sup>. W 2009 roku było zarejestrowanych 2942 tytułów wszystkich publikacji periodycznych, w tym 16 dzienników (najważniejsze to „Correio da Manhã” i „Jornal de Notícias”). Wśród tygodników najchętniej kupowany jest „Expresso”, za nim plasuje się „Sol”. Jeżeli chodzi o prasę informacyjną i opiniotwórczą, to prym wiedzie „Visão”, kolejny jest „Sábado” i trzeci – „Focus”. W pismach specjalistycznych występuje obecnie pewien trend – a mianowicie – wzrost czytelnictwa w prasie ekonomicznej (co jest

<sup>17</sup> M. Braga da Cruz, *As origens da democracia cristã em Portugal e o salazarismo(I)*, [w:] *Análise Social*, vol. XIV (54), 1978-2.º, 265-278 [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1223988915Z1mDH4ho6Op62BU0.pdf>, s. 266.

<sup>18</sup> Ibidem, s. 574.

<sup>19</sup> H. Sousa, *Portuguese media: new forms of concentration*, [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)

<sup>20</sup> *7 milhões leitores de jornais*, Marktest, Bareme Rádio [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1c82.aspx>

zresztą logiczne w kontekście kryzysu) oraz spadek czytelnictwa w prasie sportowej i tej darmowej, a także kobiecej i męskiej<sup>21</sup>.

Prasa sportowa przejęła w Portugalii funkcje tabloidów, które nigdy się tam nie przyjęły. Dzienniki sportowe, takie jak „Record”, „O Jogo” i „A Bola”, są dużo bardziej rozwinięte i wszechstronne niż znane nam w Polsce i – co więcej – nie zawsze głównymi tematami poruszonymi w nich są tematy sportowe. Ciekawą kwestią jest także portugalska prasa gratisowa, gdyż ogromna popularność tytułów gratisowych szczególnie w latach 2007-2008, kiedy było ich aż 5, stawiała pod znakiem zapytania istnienie prasy tradycyjnej płatnej, która – jak uważali niektórzy medioznawcy – mogła być wyparta przez tę gratisową. Obecnie wiadomo już, że tak się nie stało; dwa tytuły, które przetrwały do dzisiaj – *Metro* i *Destak*, mają po 70 000 egzemplarzy i chociaż zabierają reklamodawców prasie płatnej, to z drugiej strony przyczyniają się do ogólnego zwiększenia czytelnictwa<sup>22</sup>. Okazuje się bowiem, że tym, którzy czytają prasę darmową, a nie czytają żadnej innej, wzrasta apetyt na czytanie i sami zaczynają poszukiwać lepszych źródeł informacji, często kupując inną gazetę.

Jeżeli chodzi o prasę lokalną i regionalną, to są to głównie miesięczniki (37,5%) i tygodniki (29,4%) o łącznej ilości 728 tytułów<sup>23</sup>. Kościół katolicki jest w dalszym ciągu bezpośrednio lub pośrednio właścicielem gazet regionalnych i lokalnych w Portugalii. Zgodnie z rządowym dokumentem organu Entidade Reguladora para a Comunicação Social w zakresie własności właśnie publikacje regionalne i lokalne ograniczają się do spółek komandytowych lub z ograniczoną odpowiedzialnością (37,9%), podczas gdy 16,5% tytułów należy oficjalnie do Kościoła<sup>24</sup>. Średnio 50% społeczeństwa posiada nawyk czytania/przeglądania prasy regionalnej i lokalnej. To o 10% mniej niż na poziomie krajowym. Widać tutaj także trend w stronę cyfrowości – większość, bo 46% tytułów, posiada swą edycję internetową, a prawie 5% posiada i stronę internetową, i własnego bloga.

Z kolei portugalskie radio jest zorganizowane w cztery główne grupy: Rádio e Televisão de Portugal (RTP – radio publiczne), Grupa r/com, należąca do Kościoła, Media Capital Group i TSF (radia komercyjne). Radio publiczne istnieje

<sup>21</sup> F. Correia, C. Martins, *Portugal, Media Landscapes...*

<sup>22</sup> H. de Sousa Freitas, *Imprensa gratuita: admirável mundo novo?* [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: [http://helena.sousafreitas.com/files/JJ34\\_Gratos.pdf](http://helena.sousafreitas.com/files/JJ34_Gratos.pdf), s. 1.

<sup>23</sup> *A Imprensa Local e Regional Em Portugal*, Entidade Reguladora para a Comunicação Social, Edição 2010 [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.erc.pt/documentos/ERICImprensaLocaleRegionalfinal.pdf>, s. 22.

<sup>24</sup> *Ibidem*, s. 26.



od 1932 roku, a Radio Renascença, które dzisiaj wchodzi w skład Grupy r/com, uzyskało koncesję rok później. Najnowsze dane z września 2014 roku pokazują, że stacją najchętniej słuchaną jest Rádio Comercial (31,8%), należące do Media Capital Group<sup>25</sup>. Jego słuchacze to głównie młodzież i dorośli w wieku 15-34 lat. Zaraz na drugim miejscu sytuuje się Rádio RFM z 31,5% słuchalnością, głównie osób w wieku 35-54 lat. Trzecie jest Rádio Renascença ze słuchalnością wynoszącą 15,5%, głównie osób starszych w wieku 55-64 lat<sup>26</sup>. W Portugalii 80,5% społeczeństwa deklaruje, że przynajmniej raz na tydzień słucha radia.

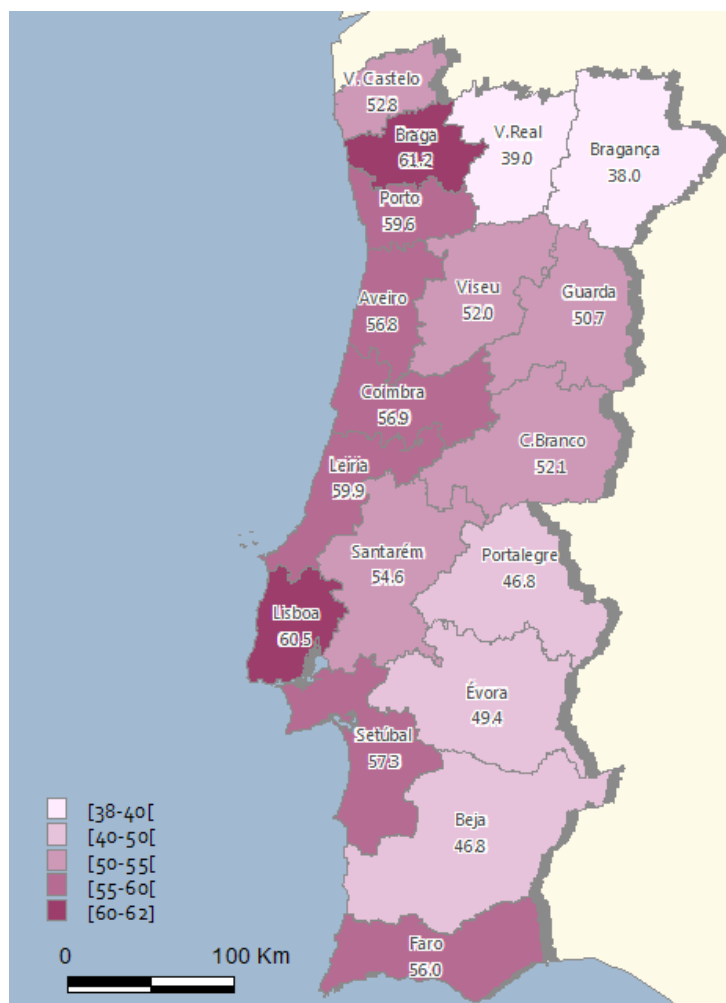
Jeżeli popatrzymy na słuchalność radia pod względem głównych grup radiowych, to największą słuchalność ma grupa Media Capital Rádios (właściciel Radia Comercial, Star FM, Cidade FM, M80, Best Rock FM, Vodafone FM, Mix FM, Cotonete) z 35,4%, druga jest katolicka Grupa r/com (właściciel radia RFM, radia Renascença, radia Mega Hits, radia Sim i radia Intervoz) z 34,9%, a stacje grupy publicznej RTP osiągnęły łącznie wynik 10,0%; miejsce ostatnie należy do grupy TSF z 3,5% słuchalnością<sup>27</sup>. Publiczna RTP, funkcjonująca pod tą nazwą od 1976 roku, dzisiaj operuje następującymi kanałami radiowymi – Antena 1, Antena 2 i Antena 3, które nadają kolejno: wiadomości i muzykę, muzykę klasyczną, muzykę młodzieżową oraz RDP África, RDP Internacional, Antena 1 Açores, Antena 1 i 3 Madeira, Rádio Lusitânia.

---

<sup>25</sup> *Vaga de Setembro de 2014 do Bareme Rádio já disponível*, Marktest, Bareme Rádio [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1de8.aspx>

<sup>26</sup> Ibidem.

<sup>27</sup> Ibidem.



Rysunek 1. Słuchalność radia według dystryktów  
 Źródło: Marktest, Bareme Rádio, dane za rok 2012.

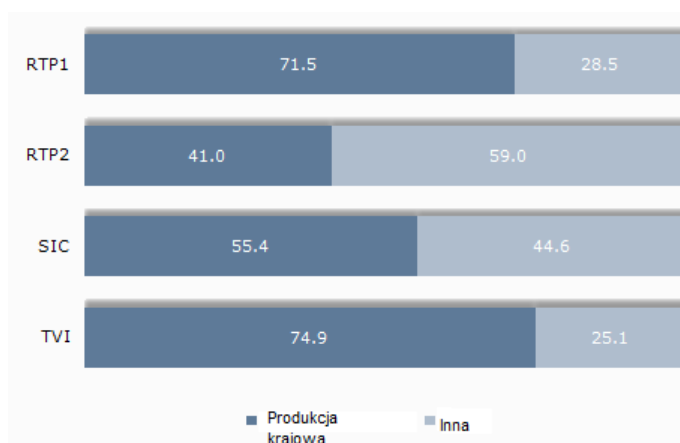
Radio lokalne i regionalne to łącznie 347 zarejestrowani radiowi operatorzy lokalni (fale FM) – w tym 311 na Kontynencie, 22 na Azorach i 14 na Maderze<sup>28</sup>. Jednakże słuchalność radia na poziomie lokalnym i regionalnym wyraźnie kuleje w porównaniu z tym krajowym, co obrazuje stosunek procentowy wynoszący około 20 do 80 na korzyść radia ogólnokrajowego. Najwięcej lokalnych operatorów radiowych znajduje się w Algarve (7%), potem w Grande Lisboa (6%) i Grande Porto (6%)<sup>29</sup>. W radiu, podobnie jak w prasie, następuje zwrot w stronę multimedialności

<sup>28</sup> *Caracterização do Sector da Radiodifusão Local...*, s. 65.

<sup>29</sup> *Ibidem*.

i cyfryzacji. Coraz więcej osób słucha radia przez internet czy telefon – obecnie jest to już około 3 mln osób<sup>30</sup>. Słuchalność radia w poszczególnych regionach Portugalii przedstawia rys. 1.

Jednakże medium dominującym w Portugalii pozostaje wciąż telewizja. Dane z 2012 roku wskazują, że przeciętny Portugalczyk ogląda telewizję średnio 4 godziny i 40 minut dziennie, czyli o 4 minuty więcej niż w roku poprzednim<sup>31</sup>. Portugalska telewizja ogólnokrajowa to pięć kanałów: RTP1, RTP2, SIC, TVI i ARTV. Telewizja publiczna, czyli RTP, pomimo że spełnia warunki różnorodności i pluralizmu, tak ważne we współczesnej demokracji, nie jest jednak wystarczająco interesująca tak jak telewizja komercyjna, czyli SIC i TVI. To właśnie telewizja komercyjna posiada największy odsetek produkcji krajowych, emitowanych przez swe stacje (rys. 2).



Rysunek 2. Odsetek produkcji krajowych w ofercie poszczególnych stacji telewizyjnych (2011).

Źródło: Marktest, Telereport, dane z 28 lutego 2012 r.

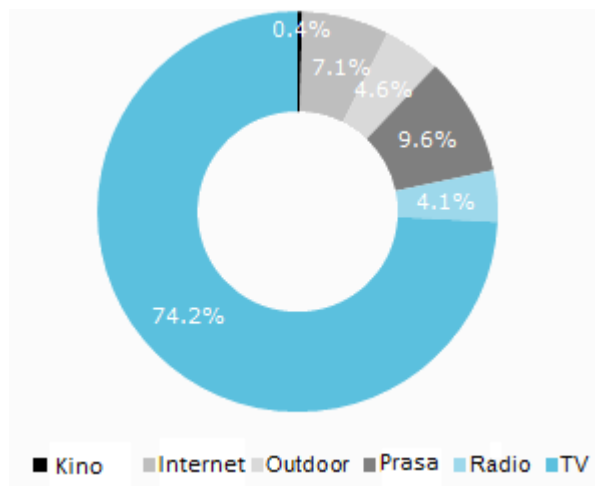
Najchętniej oglądaną telewizją jest TVI z 26,7% audytorium, druga jest SIC z 21,8%, trzecia RTP1 (18,5%), a czwarta RTP2 (3,4%). Tak jak w roku 2011 najczęściej oglądane programy to te związane z piłką nożną, a w szczególności z rozgrywkami międzynarodowymi. W Portugalii z pewnością można stwierdzić, że sport gwarantuje oglądalność. Z kolei ARTV to powstały w 2012 roku kanał parlamentarny, transmitujący 24 godziny na dobę plenarne posiedzenia parlamentu portu-

<sup>30</sup> Marktest, Bareme Radio [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.marktest.com/>

<sup>31</sup> *Audiência Tv em 2011 e 2012*, Marktest, Telereport [online] [dostęp: 03.05.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1ada.aspx>

galskiego (wyświetlany u operatorów płatnej telewizji).

30,8% obywateli zgodnie twierdzi, że aby polepszyć sytuację dzisiejszej telewizji publicznej, należałoby ulepszyć jakość jej programów i emitować więcej programów edukacyjnych, kulturalnych, dokumentalnych i filmów, a 28,3% uważa, że należałoby zredukować ilość i długość reklam telewizyjnych, których telewizja jest królową<sup>32</sup>. Średnio około 75% reklamodawców miesięcznie inwestuje w ten środek masowego przekazu. W pierwszym półroczu 2012 roku zanotowano 745 milionów przerw na reklamę, co oznacza wzrost o 3,1% w stosunku do tego samego okresu roku poprzedniego<sup>33</sup>. Przerwy te trwały łącznie 5647 godzin, co odpowiada 89 minutom na kanał. Podział inwestowania reklamodawców ze względu na medium przedstawia rys. 3 (dane za okres styczeń-kwiecień 2014).



Rysunek 3. Udział reklamodawców ze względu na medium.

Źródło: MediaMonitor, MMW/AdMonitor.

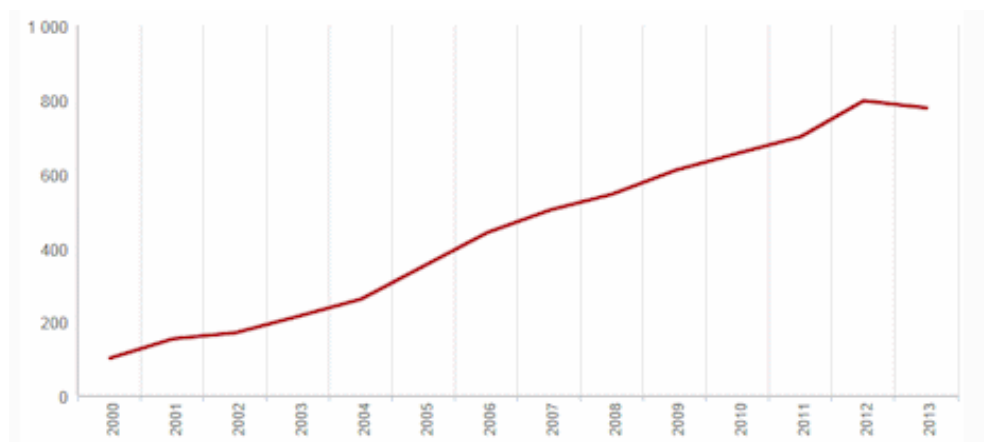
Najnowsze dane wskazują także, że rośnie oglądalność telewizji przez internet, który z roku na rok umacnia się jako medium komunikowania masowego. Obecnie

<sup>32</sup> *Os Públicos dos Meios de Comunicação Social Portugueses*, Entidade Reguladora para a Comunicação Social, Edição 2008 [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvIjtzOjM4OiJtZWRpYS9lc3R1ZG9zL29iamVjdG9fb2ZmbGluZS8zMi44LnBkZiI7czo2OiJ0aXR1bG8iO3M6NTA6ImVzdHVkby1kZS1yZWNLcGNhby1kb3MtYWVpb3MtZGUtY29tdW5pY2FjYW8tc29jaWFsIjt9/estudo-de-recepcao-dos-meios-de-comunicacao-social>

<sup>33</sup> *Publicidade na Tv aumentou no semestre*, Marktest, Telereport [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~19e1.aspx>

jest to już odsetek 28% osób młodych (15-34 lat) oglądających telewizję w sieci<sup>34</sup>. Łączy się to z pewnością z powszechnością dostępu do internetu, a także z wygodą oglądania programów w internecie. Dane za 2014 rok wskazują, że już 64,0% populacji portugalskiej posiada dostęp do internetu<sup>35</sup>. Co ciekawe, w rodzinach, które posiadają dzieci do 15. roku życia, odsetek dostępu do internetu wynosił 86%, a w tych, które dzieci nie mają – 53%<sup>36</sup>. Najwięcej osób połączyło się z siecią w Lizbonie i regionie Vale de Tejo, natomiast regiony takie jak Centro, Norte i Alentejo plasowały się poniżej średniej krajowej pod względem dostępu do internetu.

Większość krajowych i lokalnych mediów, w tym prasy, radia i telewizji, posiada swoje strony internetowe. Staje się to niejako normą, gdyż zapotrzebowanie na tego typu media ciągle wzrasta. Według ostatnich danych (z kwietnia 2014 roku) 63,3% Portugalczków w wieku powyżej 15. roku życia korzystało z internetu w roku 2013. Oznacza to, że w ciągu ostatnich szesnastu lat liczba osób surfujących po sieci wzrosła dziesięciokrotnie – w 1997 roku było to zaledwie 6,3%. Indeks wzrostu korzystania z internetu przedstawia rys. 4.



Rysunek 4. Indeks wzrostu korzystania z internetu w przeciągu ostatnich 13 lat.

Źródło: Marketer, Bareme Internet, dane z 1 kwietnia 2014.

Coraz więcej Portugalczków korzysta z internetu – czy to poszukując tam pracy (ok. 15%), czy też robiąc zakupy (ok. 33%), czy dodając ogłoszenia sprzedaży na

<sup>34</sup> 28% dos jovens vê Tv online, Marktest, Bareme Internet [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1c67.aspx>

<sup>35</sup> Bareme Internet, Marktest [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: [www.marktest.com](http://www.marktest.com)

<sup>36</sup> ANACOM [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: [www.anacom.pt](http://www.anacom.pt)

różnych portalach (8%), czy też grając w gry online (24%)<sup>37</sup>. Ludzie starsi także docenili internet i zaczęli z niego korzystać ponad 130 razy częściej niż robili to w roku 2000<sup>38</sup>. Z kolei ludzie młodzi najczęściej korzystają z tego medium, a w szczególności studenci – 99,4% z nich surfuje, podobnie jak młodzież w wieku 18-24 lat (99,2%). Co więcej, mężczyźni zdecydowanie przeważają nad kobietami – 71,6% z nich używa tego medium, podczas gdy odsetek kobiet wynosi 54,8%. Trzeba przyznać, że nowe media zyskują coraz większe zainteresowanie wśród Portugalczyków. Nie oznacza to jeszcze zaniku mediów tradycyjnych, ale z pewnością będą one musiały się dostosować do nowej rzeczywistości i szukać odpowiednich niszy.

### Perspektywy rozwoju mediów w Portugalii

Podsumowując, należy stwierdzić, że proces, jaki się dokonał w Portugalii od czasu obalenia reżimu, pozytywnie rzutuje na jej przyszłość. Dziennikarstwo w kraju tym w końcu przybrało formę *watchdoga*, który kontroluje i inwigiluje nie tylko jego instytucje polityczne, ale i organizacje prywatne w interesie publicznym. Co ważniejsze, przyszłość portugalskiego dziennikarstwa wydaje się być mobilna. Coraz więcej osób poprzez różnego rodzaju aplikacje korzysta z serwisów informacyjnych, które są coraz bardziej spersonalizowane. Poza tym niektórzy medioznawcy i dziennikarze twierdzą, iż ogromne szanse, które zaistniały dzięki sieci, otwierają niezwykle możliwości dla portugalskiego dziennikarstwa literackiego (*jornalismo literário*), czyli dziennikarstwa subiektywnego, w którym używa się różnych technik literackich i narracyjności (to tzw. gatunek paraliteracki, będący na pograniczu literatury pięknej i publicystyki)<sup>39</sup>.

Inne media także będą musiały się przekształcić i dostosować do sytuacji na rynku medialnym. Prasa na pewno nie przestanie istnieć przynajmniej do czasu, kiedy w Portugalii internet stanie się dobrem wiarygodnym, wszechobecnym, zabezpieczonym prawnie, a może nawet bezprzewodowym i darmowym tak jak to jest już dzisiaj w Finlandii czy Singapurze. Portugalia posiada raczej mały rynek

<sup>37</sup> Bareme Internet, Marktest [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: [www.marktest.com](http://www.marktest.com)

<sup>38</sup> *Internet aumenta dez vezes em 16 anos*, Marktest, Bareme Internet [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1a70.aspx>

<sup>39</sup> *A Internet pode ajudar o jornalismo a ser mais profundo e mais sério*, Publico [online]. Ostatnia aktualizacja 07-11-2013, 19:01 [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.publico.pt/portugal/noticia/a-internet-pode-ajudar-o-jornalismo-a-ser-mais-profundo-e-mais-serio-1611727>

radiowy, stąd też radio tematyczne nie będą miały ekonomicznego uzasadnienia (obecnie rozróżnia się radio muzyczne i informacyjne)<sup>40</sup>. Obecnie portugalskie radio jest jeszcze w fazie przejścia w nową fazę komunikacji interaktywnej w oparciu o nowe systemy operacyjne. Ten nowy model radio przekształca słuchacza w użytkownika, promując jednocześnie fragmentaryzację odbiorców zgodnie z ich zainteresowaniami i preferencjami, a także uwarunkowaniami społecznymi<sup>41</sup>. Telewizja także doświadczy coraz większej segmentacji, personalizacji i będzie coraz bardziej interaktywna, a wiele kanałów coraz częściej będzie dostępnych na żądanie.

Pod dużym znakiem zapytania stoi także przyszłość portugalskich mediów publicznych, które obecnie przechodzą kryzys spowodowany małą oglądalnością/słuchalnością, niedofinansowaniem – w 2010 roku koszty operacyjne RTP wynosiły 59% poniżej średniej europejskiej, a media publiczne w Portugalii kosztują mniej niż 2,3 euro miesięcznie na każdego Portugalczyka, mając nieciekawą ofertą programową<sup>42</sup>. Obecnie rząd kończy projekt umowy koncesyjnej RTP na kolejne 16 lat, który przewiduje poważne zmiany w funkcjonowaniu portugalskich mediów, m.in. wprowadzenie nowego podatku audiowizualnego (CaV), nowego, niezależnego organu, kontrolującego RTP – Niezależną Radę Generalną (*Conselho Geral Independente*), która miałaby działać na wzór brytyjski<sup>43</sup>. Oprócz przedefiniowania starych programów rząd przewiduje także powstanie nowych publicznych kanałów telewizyjnych w tym RTP Informação, który jako pierwszy w historii telewizji Portugalii będzie kanałem regionalnym<sup>44</sup>. Zostanie opracowany również nowy kod etyczny dla mediów publicznych, portugalskie kanały międzynarodowe zyskają napisy, a ich centrum nadawcze zostanie przeniesione do Porto. Nie wiadomo jeszcze, kiedy projekt ten zostanie zaakceptowany, gdyż niektóre instytucje i organizacje protestują przeciw niemu (np. ERC – niezależny organ publiczny, kontrolujący i administrujący media), twierdząc, że plan ten jest przestarzały i prezentuje plan

<sup>40</sup> P. Cordeiro, *A rádio de modelo multimediático e os jovens: a convergência entre o FM e a Internet Em 2004* [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-modelo-multimediatico.pdf>, s. 2.

<sup>41</sup> P. Cordeiro, *A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução* [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-portugal.pdf>, s. 8-10.

<sup>42</sup> A. Arons de Carvalho, *Privatização da televisão pública: polémica luso-portuguesa*, Publico [online]. Ostatnia aktualizacja: 08-07-2011, 00:00 [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.publico.pt/opiniao/jornal/privatizacao-da-televisao-publica-polemica-lusoportuguesa-22440462>

<sup>43</sup> Contrato de Concessão [online] [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: [www.portugal.gov.pt](http://www.portugal.gov.pt)

<sup>44</sup> Ibidem.

oparty na przeszłych dwóch dekadach, a nie na odpowiednim planie mogącym zadziałać w przyszłości<sup>45</sup>.

Perspektywa kierunków rozwoju portugalskiego systemu medialnego jawi się na obecną chwilę dość niejasno. Wszystko zależy od wydarzeń, które będą miały miejsce w najbliższej przyszłości i od kształtu nowej umowy koncesyjnej RTP, która z pewnością zmieni dotychczasową panoramę mediów w Portugalii. Alberto do Ponte, prezes RTP, 11 listopada 2014 roku wypowiedział się, że jest gotów podpisać umowę koncesyjną, jak tylko rząd wraz z parlamentem dojdą do porozumienia co do nowego finansowania mediów publicznych<sup>46</sup>. Warto podkreślić, że portugalski system medialny z pewnością wraz procesem dojrzewania demokracji, która jest jeszcze – jak by na nią nie patrzeć – dość młodą demokracją, również będzie stawać się coraz silniejszy i niezależny. Jeżeli ów system będzie się rozwijać w takim tempie jak dotychczas, jego bolączki być może nie zostaną usunięte, ale na pewno zminimalizowane.

## BIBLIOGRAFIA

Fidalgo A., Canavilhas J., *Comunicação Digital – 10 anos de investigação*, Edições Minerva-Coimbra, Coimbra 2013.

Hallin D.C., Mancini P., *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007.

Santos, R., *De jornalismo aos media. Estudos sobre a realidade portuguesa*, Universidade Católica Editora, Lisboa 2010.

[www.marktest.com](http://www.marktest.com)

<http://www.bocc.ubi.pt/>

<http://obs.obercom.pt/>

[www.erc.pt](http://www.erc.pt)

<http://www.indeks.pt/jornais.php>

[www.apct.pt](http://www.apct.pt)

---

<sup>45</sup> A. Nobre, *ERC critica novo contrato de concessão da RTP*, [sapo.pt](http://sapo.pt) [online]. Ostatnia aktualizacja: 13-02-2014, 20:15 [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://expresso.sapo.pt/erc-critica-novo-contrato-de-concessao-da-rtp=f855908#ixzz31dz8y0ri>

<sup>46</sup> *RTP está de "caneta em riste" para assinar contrato de concessão*, R. Mendes, RTP Notícias [online]. Ostatnia aktualizacja: 19-11-2014, 20:32 [dostęp: 15.11.2014]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.rtp.pt/noticias/index.php?article=783463&tm=8&layout=123&visual=61>



---

**PORTUGUESE MASS MEDIA – THE EVOLUTION OF FORMATION,  
PECULIARITY AND DEVELOPMENT TRENDS**

**SUMMARY**

Portugal, a country located on the Atlantic Iberian Peninsula, once rich and invincible, today is one of the least and slowest growing countries in Western Europe. Authoritarian regime, foreign trade deficit, huge expenses for the maintenance of the army, mass emigration, poor quality of life and illiteracy made Portugal till mid seventies backward and isolated in the international arena. Just military coup made April 25, 1974 year by the Armed Forces Movement led to defeating fascism and introduced the process of democratization in Portugal. Since that time, the political life of the country and the Portuguese media entered into a new phase. Media landscape began to flourish, and society benefited from pluralism of opinion and freedom of speech. Although the Portuguese mass media still leave a lot to be desired, must be admitted that it become increasingly strong and independent. It also happens because of new technologies that drive this process. The purpose of this article is the characterization of the Portuguese media system, showing its strengths and weaknesses, as well as outlining the framework for its future development.

**KEYWORDS:** media system, polarized pluralism, the media in Portugal, development trends, peculiarity of mass media in Portugal