

Grupos de comunicação social em Portugal

ESTE ARTIGO TEM COMO OBJECTIVO a caracterização geral do sector da comunicação social, centrada na identificação e caracterização dos principais grupos de comunicação social, em Portugal. Antes, porém, como enquadramento geral, é apresentada uma caracterização dos subsectores Imprensa, Rádio e Televisão.

Por razões de espaço, não é possível aprofundar a análise, pelo que se optou por uma vertente essencialmente expositiva.

Caracterização geral do sector da comunicação social

O sector da comunicação social caracteriza-se por grande mutação, pelo que qualquer análise sobre o mesmo deverá ter em conta o momento temporal a que respeita. Os dados usados na elaboração do presente artigo referem-se ao ano de 2009 e têm como fontes principais os relatórios de regulação da Entidade Reguladora para a Comunicação (ERC) e estudos realizados por entidades externas para a ERC, além dos sítios electrónicos dos grupos e das empresas que os constituem e os relatórios e contas individuais e consolidados.

Subsector da Imprensa

O subsector da imprensa está em permanente transformação, devido ao surgimento de novas publicações periódicas, empresas jornalísticas e empresas noticiosas, e à cessação de edição ou de actividade de outras.

Em 2009 inscreveram-se na ERC 230 novas publicações periódicas, ao mesmo tempo que se constatou o fim de edição de 430, cujos registos foram cancelados. No mesmo lapso temporal, inscreveram-se 18 novas empresas jornalísticas (5 sociedades unipessoais, 11 sociedades por quotas e 2 sociedades anónimas) e 17 cessaram actividade.

Tipo de registo	N.º
Publicações periódicas	2.942
Empresas jornalísticas	438
Empresas noticiosas	12

Registos Activos em 2009.

Fonte: Relatório de Regulação de 2009 da ERC.

Subsector rádio

Em 2009, o sector da rádio era composto por um total de três operadores de cobertura nacional, 2 de âmbito regional e 329 operadores licenciados para cobertura local. O total de operadores locais era composto por 296 empresas licenciadas para o exercício da actividade em 233 concelhos de Portugal Continental, 11 na Madeira e 22 nos Açores.

Veja-se em quadro anexo a incidência geográfica dos canais locais, generalistas e temáticos de radiodifusão no Continente e nas Regiões Autónomas, no universo dos 347 canais.

Subsector televisão

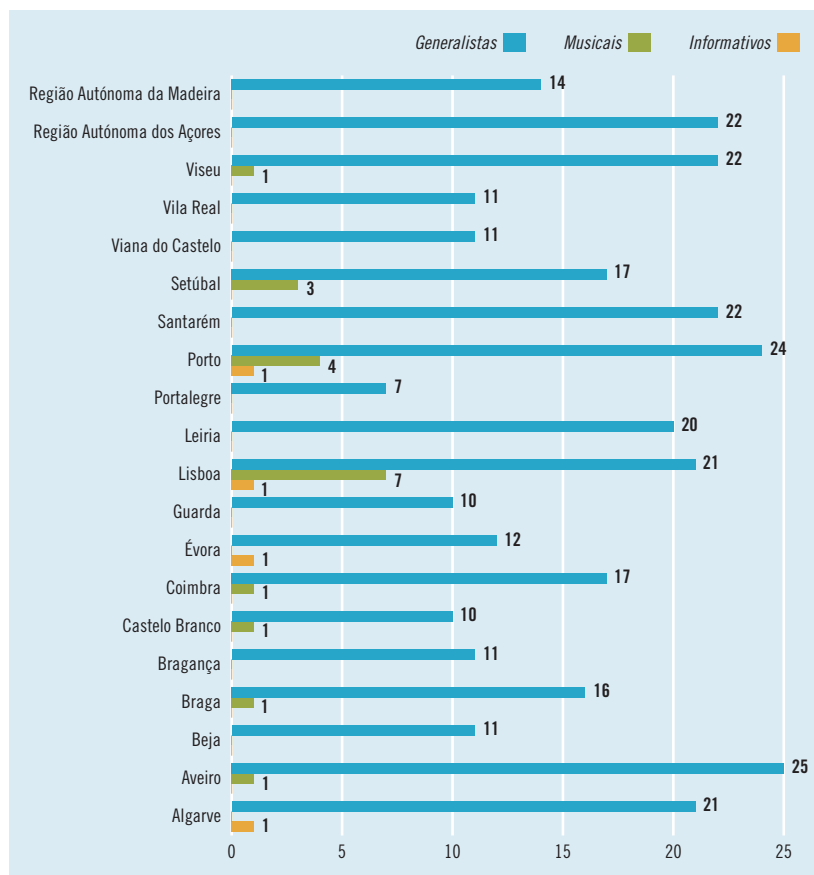
Até ao final de 2009 existia em Portugal um total de 43 serviços de programas (vulgo, canais) de televisão, distribuídos entre generalistas (10) e temáticos (32+ ARTV/Canal Parlamento). Veja-se também em anexo a evolução da televisão por cabo e por cabo ou satélite (canais temáticos) desde 1999 até finais de 2009.

Principais tendências do sector

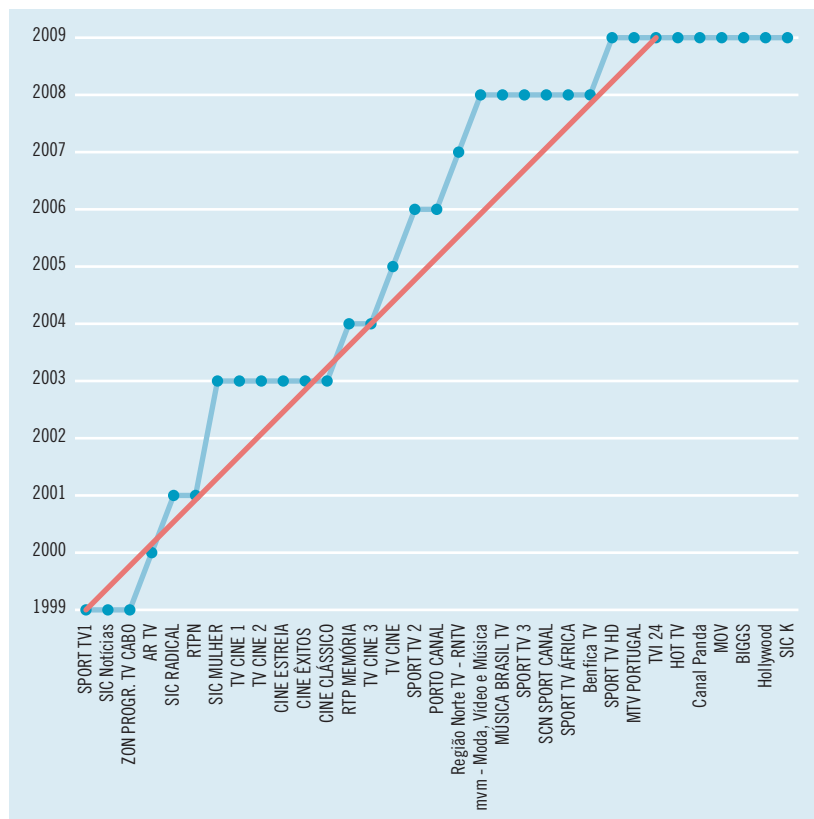
No actual contexto de crise económico-financeira mundial e nacional que afecta particularmente o sector da comunicação social, os grupos de média ensaiam novos modelos de negócio, criando sinergias dentro dos próprios grupos, reduzindo despesas com pessoal, procurando adaptar-se ao novo contexto marcado pela inovação e criatividade e fazer frente à quebra no investimento publicitário – no passado recente a sua mais importante fonte de financiamento, juntamente com a venda de conteúdos – e à concorrência da internet.

A imprensa é, previsivelmente, o meio que mais lentamente recuperará da actual situação, uma vez que, sendo o mais afectado pela migração digital, sofre directamente a redução de circulação e, como tal, as receitas de publicidade.

A televisão é, potencialmente, o meio com mais rápida recuperação, uma vez que, além de ser menos impactado pela migração digital, apesar da introdução de uma nova plataforma de distribuição – a TDT –, por estar num quadro mais estabilizado de distribuição será o primeiro a tirar partido de uma eventual recuperação do in-



Distribuição geográfica dos serviços de programas generalistas e temáticos de radiodifusão, 2009. Fonte: Relatório de Regulação de 2009 da ERC.



Serviços de programas (canais) televisivos temáticos em exercício de actividade, 1999-2009. Fonte: Relatório de Regulação de 2009 da ERC. Nota: Foi excluído o serviço de programas Económico TV por só ter iniciado as suas emissões em 2010. O quadro não contempla igualmente a ARTV, cuja criação não foi objecto de qualquer licenciamento ou autorização, não se tendo por enquadrável em qualquer das áreas temáticas identificadas na figura supra.

vestimento publicitário num cenário pós-crise. Na situação actual do mercado é, por outro lado, possível prever uma crescente interdependência entre produtores e distribuidores de conteúdos (empresas de média e operadores de telecomunicações).

“**No actual contexto de crise económico-financeira mundial e nacional, que afecta particularmente o sector da comunicação social, os grupos de média ensaiam novos modelos de negócio**”

As “marcas” de média deixam, por outro lado, de estar associadas ao meio para passarem a estar associadas ao conteúdo, uma vez que as características do conteúdo digital tornam-no independente do canal e do meio. Como consequência assiste-se a uma maior exploração dos conteúdos, cuja importância é cada vez maior. Os modelos de negócio emergentes apontam para a necessidade de pagamento dos conteúdos, constituindo a difusão multiplataforma uma das formas de o produtor de conteúdos aumentar a sua rede de distribuição e obter novas fontes de receita. O aparecimento de novos dispositivos móveis – *iPads, eReaders, smartphones* – representa também uma oportunidade na monetização dos conteúdos. ■

Indicadores	Impresa	Media Capital	RTP	Cofina	Renascença	Sonaecom
Activo	504	438	501	247	20	1.920
Capital próprio	149	134	592	4	12	936
Grau de autonomia financeira	29,6%	30,7%	n.a.	1,7%	60,2%	48,7%
Rácio de solvabilidade	0,42	0,44	n.a.	0,02	1,52	0,95
Taxa de crescimento do activo	2,9%	2,4%	17,8%	1,5%	12,8%	2,7%
Volume de negócios	248	244	307	118	22	949
Taxa de crescimento do volume de negócios	7,9%	9,4%	3,2%	3,6%	8,5%	2,7%
Resultados operacionais	24	38	13	18	1,4	24
EBITDA	33	50	26	21	-0,2	176
Margem EBITDA	13,2%	18,7%	8,5%	16,0%	0,9%	18,4%
Resultado líquido consolidado do exercício	8	19	14	17	1,3	6
Taxa de rentabilidade do capital próprio	5,1%	13,9%	n.a.	4,1%	10,6%	0,6%
Taxa de rentabilidade do activo	4,7%	8,6%	2,6%	7,4%	7,1%	1,2%
N.º médio de pessoal	1.328	1.805	2.374	947	327	2.047

Síntese dos principais indicadores económico-financeiros, 2009 (em milhões de euros).
 Fonte: Caracterização dos principais grupos económicos de comunicação social, pelo CEGEA – Centro de Estudos de Gestão e Economia Aplicada, Faculdade de Economia e Gestão da Universidade Católica Portuguesa (2010)

PRINCIPAIS GRUPOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL EM PORTUGAL – CARACTERIZAÇÃO E ÁREAS DE ACTIVIDADE

Os grupos económicos seleccionados são os de maior dimensão, quer relativamente aos sectores de actividade que desenvolvem, quer ao volume de negócios. São considerados: Impresa, Media Capital, RTP, Cofina, Renascença, Sonaecom, Ongoing, Controlinveste, Impala e Lena.

A informação disponível limita-se a apenas alguns indicadores relativamente aos grupos Controlinveste, Impala, Ongoing e Lena. Identificam-se a seguir as principais áreas de negócio dos grupos considerados, seguindo-se um quadro síntese dos principais indicadores económico-financeiros dos grupos que os disponibilizam.

Impresa

O grupo Impresa é um dos maiores grupos de comunicação em Portugal e reúne várias participações em vários segmentos de negócio na área dos média. As suas áreas de actividade repartem-se por: televisão – SIC, SIC Notícias, SIC Radical, SIC Mulher, SIC Internacional e SIC K); imprensa – *Expresso e Courier Internacional, Activa, Autosport, Blitz, Caras, Exame, FHM, Telenovelas, TV Mais e Visão*; digital; distribuição – VASP (participação); produção de eventos; comunicação e publicidade; gestão de imóveis e serviços. A Impresa detém 22,35% do capital da agência noticiosa Lusa.

Media Capital

O ano de 2009 foi marcado pela tentativa de aquisição, por parte da Ongoing, de 35% do capital da Media Capital. A ERC emitiu parecer desfavorável à operação enquanto a Ongoing não vendesse a participação detida na Impresa, não tendo sido concretizada a referida aquisição.

As áreas de actividade da Media Capital desenvolvem-se em cinco segmentos de negócio: televisão – TVI, TVI 24 e teledifusão levada a cabo pela RETI; produção – programas/séries; entretenimento; rádio – Rádio Cidade, Rádio Regional de Lisboa e Rádio Comercial, Rádio Cidade, Rádio Clube Português e M80, entre outras; internet – IOL Negócios, que explora o portal IOL.

Rádio e Televisão de Portugal, SA

A Rádio e Televisão de Portugal, SA, (RTP) é a empresa concessio-

nária do serviço público de rádio e de televisão. O seu objecto é a prestação dos serviços públicos de rádio e de televisão. A RTP desenvolve a sua actividade na rádio – Antena 1, Antena 2 e Antena 3, RDP Madeira e RDP Açores, RDP Internacional e RDP África; na televisão – RTP1 e RTP2, RTP Madeira e RTP Açores, RTP Internacional e RTP África, RTPN e RTP Memória e, ainda, a RTP Mobile.

Cofina

Através de empresas participadas, a Cofina Media SGPS – a *subholding* do grupo Cofina para o sector dos média – actua em dois segmentos principais: imprensa – jornais *Correio da Manhã, Record, Jornal de Negócios* e os gratuitos *Destak, Metro*; revistas *Sábado, Máxima, TV Guia, Flash, Vogue, GQ, Rotas e Destinos, PC Guia, Automotor*; distribuição através da VASP, em cujo capital participa em 33,33%.

Renascença

O Grupo Renascença é detido pelo Patriarcado de Lisboa (60%) e pela Conferência Episcopal Portuguesa (40%). Actua fundamentalmente no sector da rádio através das marcas Rádio Renascença, RFM, Mega FM e Rádio SIM. Na Internet possui actividade na *webradio*, com as rádios 80 s RFM, RFM Oceano Pacífico, RFM Clubbing; na publicidade detém ainda a totalidade do capital da Intervoz Publicidade, a empresa que detém o exclusivo da angariação publicitária; outras actividades do grupo são entretenimento e formação.

Sonaecom

Actua em três principais segmentos de negócio: telecomunicações – Optimus e Clix e Optimus¹; sistemas de informação; multimédia – imprensa com o jornal *Público*, conteúdos na internet e radiodifusão sonora com a Rádio Nova.

Controlinveste

A Controlinveste desenvolve actividade na imprensa – *Jornal de Notícias, Diário de Notícias, O Jogo, 24 Horas, Global Notícias, Açoriano Oriental, Jornal do Fundão, Ocasão, Notícias Sábado,*

do, Notícias Magazine, Notícias TV, Revista J, Volta ao Mundo e Evasões; na rádio – TSF; na televisão por cabo – SCN Sport TV, Sport TV2, Sport TV3, Sport TVÁfrica, Sport TVHD; Sport TVGolf; na distribuição (Notícias Direct e participação na Vasp); agência de viagens; agência de comunicação empresarial e Loja do Jornal.

Ongoing

O grupo Ongoing, através das suas participadas, desenvolve actividade nas seguintes áreas de negócio: comunicação social e consultoria; área desenvolvida pela Ongoing SI e suas participadas, que abrange imprensa – *Diário Económico e Semanário Económico*; Internet; televisão – Económico TV – New Media, SA²; serviços de consultoria; apoio a sistemas de infocomunicação; criação e gestão de marcas (através da Mybrand); consultoria na gestão de relações com *stakeholders*; imobiliário e exploração agrícola; gestão de fundos de investimento. O grupo Ongoing tem participações minoritárias em diversas empresas que desenvolvem actividades de comunicação social em Portugal. Destacam-se a participação na Impresa SGPS, S.A., na Portugal Telecom, SGPS, SA e na ZON Multimédia, SGPS, SA.

Impala

O grupo Impala desenvolve actividade nas áreas de negócio de revistas, livros, viagens e *franchising*. No segmento revistas edita várias publicações – *Focus, Nova Gente, Mulher Moderna na Cozinha, TV 7 Dias, VIP, Maria e Ana*. No segmento livros tem presença significativa, em particular nas áreas infantil e de culinária.

Lena

A Lena Comunicação é a *subholding* do Grupo para o sector da comunicação, onde possui actividade nos seguintes segmentos de negócio: imprensa regional – *Diário As Beiras, Grande Porto, Imagens & Letras, Jornal da Bairrada, Jornal de Abrantes, Jornal do Centro, Negócios & Notícias, O Algarve, O Ribatejo, Região de Leiria*; imprensa nacional – jornal *i*; rádios regionais – Rádio Antena Livre (Abrantes), Rádio NOAR (Viseu); televisão *online* – TV Ribatejo; edição, segmento no qual detém uma editora.

¹ Em Janeiro de 2010 ocorreu uma operação de *rebranding*, no sentido de tornar a Optimus a única marca da SONAEOM no sector das telecomunicações.
² O Económico TV, canal emitido via cabo, iniciou a sua actividade em 2010, embora tenha obtido autorização para emitir em 2009.