

TRANSFORMAÇÕES NAS FORMAS DE PROPRIEDADE NUM SISTEMA DEMOCRÁTICO CORPORATIVO DOS MÉDIA — O IMPACTO DA DIGITALIZAÇÃO NA TRANSPARÊNCIA E O RISCO DE CAPTURA DOS MÉDIA

Mark Blach-Ørsten

Department of Communication & Arts, Roskilde University, Roskilde, Dinamarca
Concetualização, investigação, metodologia, redação do rascunho original

Ida Willig

Department of Communication & Arts, Roskilde University, Roskilde, Dinamarca
Concetualização, aquisição de financiamento, investigação

Mads Kæmsgaard Eberholst

Department of Communication & Arts, Roskilde University, Roskilde, Dinamarca
Curadoria dos dados, análise formal, validação, visualização

Rasmus Burkal

Investigador independente, Dinamarca
Concetualização, curadoria dos dados, metodologia, validação

RESUMO

A digitalização provocou uma crise nos média tradicionais e uma reviravolta na sua propriedade. As motivações dos proprietários dos meios de comunicação para transitar de uma lógica financeira e de serviço público para uma agenda claramente política e ideológica têm sido uma das principais questões da investigação. O termo “captura dos média” foi proposto para descrever como vários interesses podem assumir o controlo dos média. Este artigo contribui para o estudo do impacto da digitalização na propriedade dos média de três formas. Em primeiro lugar, a nossa análise fundamenta-se em novos parâmetros analíticos desenvolvidos no âmbito do *Euromedia Ownership Monitor*. Em segundo lugar, comparamos os tipos de propriedade entre os média tradicionais e os digitais, uma vez que cada um enfrenta riscos distintos relativamente à captura. Por último, centramo-nos na transparência da propriedade, particularmente no que diz respeito aos proprietários efetivos. O nosso estudo de caso é a Dinamarca, que integra o sistema democrático corporativo dos média e, com base em classificações internacionais, é considerado um dos sistemas de média mais democráticos e transparentes da Europa. Concluímos que a maioria da imprensa tradicional privada é propriedade de fundações sem fins lucrativos, enquanto os média tradicionais de serviço público são propriedade do Estado ou estão registados como propriedade própria. Relativamente aos novos média digitais, encontramos várias formas de propriedade. Contudo, apenas os novos média digitais pertencem a um único proprietário. No que diz respeito à transparência, constatamos que a informação sobre os proprietários diretos e beneficiários é mais acessível nos média tradicionais do que nos novos média digitais. Constatamos não haver tradição de divulgar possíveis filiações de “pessoas singulares” a interesses políticos ou comerciais. O que se revela especialmente pertinente, uma vez que os novos média digitais, ao contrário dos tradicionais, são por vezes detidos e financiados por investidores privados, cujos principais interesses comerciais se encontram fora do setor e cujas motivações para deter um meio de comunicação social podem diferir das da propriedade tradicional, aumentando assim o risco de captura dos média pela propriedade.

PALAVRAS-CHAVE

propriedade dos média, captura dos média, sistema democrático corporativo dos média, digitalização, transparência

CHANGING FORMS OF OWNERSHIP IN A DEMOCRATIC CORPORATIST MEDIA SYSTEM — HOW DIGITALIZATION LEADS TO LESS TRANSPARENCY AND THE RISK OF MEDIA CAPTURE

ABSTRACT

Digitalization has led to a crisis in news media and an upheaval in media ownership. A research concern has been that the motives driving media owners will shift from financial and public service to overtly political and ideological. The term “media capture” has been suggested to describe how various interests may take control over news media outlets. This paper adds to the study of digitalization and media ownership in three ways. First, our analysis is based on new analytical parameters developed as part of the *Euromedia Ownership Monitor*. Second, we compare types of ownership across legacy news media and digital news media, as each media type runs a different risk regarding capture. Third, we focus on ownership transparency, especially that of beneficial owners. Our case study is Denmark, which is part of the democratic corporatist media system and, based on international ratings, is one of the most democratic and transparent media systems in Europe. We find that private legacy news media is mostly owned by nonprofit foundations, while legacy public service news media is owned by the State or is listed as self-owned. Regarding new digital news media, we find different ownership forms. However, only new digital news media have ownership by a sole proprietor. Regarding transparency, we find the transparency of direct and beneficial owners is more accessible in legacy news media than in new, digital news media. We find no tradition for publishing “natural persons” possible affiliations to either political or other commercial interests. This seems especially relevant, as new digital news media outlets, unlike legacy media, sometimes are owned and funded by private investors, whose main business interests lie outside the news media and whose motives for owning a news media may differ from traditional ownership thus leading to a risk of media capture by ownership.

KEYWORDS

media ownership, media capture, democratic corporatist media system, digitalization, transparency

1. INTRODUÇÃO

A digitalização provocou uma crise nos média tradicionais e uma reviravolta na sua propriedade (Nielsen, 2017; Schiffrin, 2018). Uma das principais questões da investigação tem sido a possibilidade de os motivos que impulsionam os proprietários dos média passarem de uma lógica financeira e de serviço público para uma agenda abertamente política e ideológica (Nielsen, 2017). O termo “captura dos média” foi proposto para descrever como vários interesses podem assumir o controlo dos média (Schiffrin, 2018; Stiglitz, 2017). De acordo com Nielsen (2017), as ameaças à propriedade dos média são decorrentes da desestabilização do modelo de negócios tradicional baseado na publicidade, que a maioria dos média em todo o mundo utilizava antes da digitalização nos anos 2000. Segundo Nielsen (2017), à medida que os lucros dos média diminuem, os motivos económicos tradicionais para deter uma empresa de comunicação social também se reduzem, permitindo que outros incentivos, principalmente de natureza política ou ideológica, assumam um papel central na propriedade dos média.

Há exemplos de mudanças controversas na propriedade dos média em muitos países. Recentemente, jornalistas do *Baltimore Sun*, um jornal americano adquirido pelo

magnata conservador da radiodifusão David D. Smith, protestaram contra o conteúdo e a redação de notícias sobre imigrantes e membros da comunidade LGBTQ+ no seu próprio jornal (Shen, 2024). Em França, os repórteres recorreram à greve em resposta à aquisição de um jornal por um bilionário e à nomeação de editores de direita (Dodman, 2023), preocupações que também motivaram greves entre jornalistas italianos (Agence France Presse, 2024). Na Dinamarca, as mudanças de propriedade também geraram debates públicos. Por exemplo, quando um jornal digital local publicou recentemente uma notícia favorável a um candidato à presidência da Câmara, a primeira versão do artigo não mencionava que esse candidato detinha 100% do jornal, nem que o autor da peça era seu irmão (Sørensen, 2024). Também recentemente, um antigo consultor de comunicação de um partido político dinamarquês de direita adquiriu o *site* de notícias online Kontrast, um meio de comunicação social digital alternativo tendencialmente de direita que enfrentava dificuldades financeiras (Lange, 2023). O comprador é também proprietário de um gabinete de comunicação especializado em assuntos públicos. De forma semelhante, três novos acionistas do site de notícias políticas Frihedsbrevet revelaram ser empresários cujos principais interesses comerciais estão na venda de automóveis e na promoção imobiliária (Mathiessen, 2023; Olsen, 2023). Estes últimos tipos de proprietários de média, predominantemente ativos em setores industriais distintos do da comunicação social, foram anteriormente descritos como “empreendedores”. Este é um perfil de proprietários de meios de comunicação social instituído em muitos países, embora frequentemente associado a mercados de média menos consolidados (Stetka, 2012; Tunstall & Palmer, 1991). De acordo com Humprecht (2019), é comum estes proprietários serem fundadores ou herdeiros das suas empresas, embora também seja frequente lançarem novas *start-ups* online. Independentemente do tipo de média, os empreendedores do setor atuam muitas vezes como gestores diretos dos seus órgãos de comunicação social ou exercem controlo através da supervisão dos gestores que contrataram (Humprecht, 2019). A pesquisa sugere que este perfil de proprietário está em ascensão impulsionada pela digitalização, mesmo em democracias e sistemas de média consolidados (Nielsen, 2017), onde até agora a sua presença era menos comum, como no sistema democrático corporativo dos média.

A seguir, o presente artigo está estruturado da seguinte forma: inicialmente, iremos analisar os estudos sobre a propriedade dos média, a transparência da propriedade e a captura dos média, em particular os estudos dos Estados-membros da União Europeia. Posteriormente, abordaremos a propriedade sob uma perspetiva mais ampla da teoria dos sistemas de média. Por último, apresentaremos a nossa metodologia, que tem por base o projeto de investigação *Euromedia Ownership Monitor*, financiado pela União Europeia. Os nossos resultados demonstram que, embora muitos aspetos relacionados com a propriedade e a transparência da propriedade na Dinamarca permaneçam inalterados, a crescente digitalização e os novos média digitais representam simultaneamente um desafio e geram preocupações relativamente aos tipos de propriedade em ascensão no país. De facto, alguns dos novos proprietários de novos média digitais enquadram-se na categoria de “empreendedores dos média”, potenciando o risco de captura dos

média pela propriedade. No entanto, na ausência de quaisquer regras relacionadas com a transparência das suas outras atividades financeiras ou políticas, este desenvolvimento abriu uma brecha pequena, mas significativa, para um tipo de propriedade dos média frequentemente associado a consequências democráticas negativas (Nielsen, 2017; Schiffrin, 2018; Stetka, 2012).

2. PROPRIEDADE DOS MÉDIA

De modo geral, o estudo da propriedade tem sido um foco central na investigação sobre os média, fundamentada no pressuposto bastante simples de que a propriedade desempenha um papel crucial (Schnyder et al., 2024; Sjøvaag & Ohlsson, 2024; Smith et al., 2021; Willig & Blach-Ørsten, 2022). De facto, a questão da propriedade está intimamente relacionada com o pressuposto de que a propriedade pode influenciar a autonomia jornalística, o conteúdo das notícias e, de um modo mais geral, as questões de democracia, pluralismo e diversidade nos média (Sjøvaag & Ohlsson, 2024). Em 1992, a Comissão Europeia publicou um livro verde sobre o pluralismo, a propriedade dos meios de comunicação social e a sua concentração, refletindo, em grande medida, as preocupações expressas no Parlamento Europeu (Hitchens, 1994). Com base, entre outros fatores, no desenvolvimento da expansão da propriedade dos média de Berlusconi em Itália, o Parlamento Europeu procurava encontrar uma forma de garantir a ética jornalística, o cumprimento das normas profissionais do jornalismo e a liberdade de expressão em geral (Hitchens, 1994). Para tal, pretendia explorar formas de regular a propriedade dos média e controlar a concentração dessa propriedade. Assim, o estudo da concentração da propriedade tem sido um dos principais fundamentos da investigação sobre a propriedade dos média, com os resultados de diversos estudos anteriores a revelarem que a propriedade dos média em muitos países é, de facto, altamente concentrada (Doyle, 2015; Noam, 2016). Ao analisar o livro verde 30 anos depois, Meier e Trappel (2022) concluem que houve poucos avanços nesta questão, evidenciando que a concentração da propriedade continua a aumentar, enquanto a regulação permanece limitada. Por outras palavras, apesar do crescimento das preocupações relativas à propriedade devido à digitalização (Nielsen, 2017; Schiffrin, 2018), a regulamentação da propriedade não acompanhou esse desenvolvimento, segundo Meier e Trappel (2022).

Sjøvaag e Ohlsson (2024) afirmam que o estudo da propriedade dos média é bastante diversificado, abordando uma variedade de questões, como a monopolização, os fatores comerciais, políticos e ideológicos que impulsionam a propriedade dos média, o poder indireto dos proprietários sobre o conteúdo das notícias e a democracia, assim como os diferentes tipos de propriedade. A investigação distingue vários tipos de propriedade (Benson, 2018; Sjøvaag & Ohlsson, 2024). Uma forma de categorizar as modalidades de propriedade é a classificação simples e geral de três tipos. Uma versão desta categorização diferencia média privados, públicos e privados detidos pelo Estado (Hanitzsch & Berganza, 2012). Benson (2018) apresenta uma abordagem ligeiramente diferente, que categoriza os média em “média públicos”, “média comerciais cotados em

bolsa”, “mídia privados” e “mídia da sociedade civil” ou “sem fins lucrativos”. Embora as categorias possam variar, há um consenso global sobre os diferentes tipos de propriedade. Assim, é comum distinguir entre propriedade pública (frequentemente interpretada como a propriedade estatal dos média de serviço público) e propriedade privada, frequentemente entendida como propriedade por ações, mas também pode incluir a propriedade de um fundo ou fundação (Benson, 2017; Benson et al., 2018; Sjøvaag & Ohlsson, 2024). Os estudos sobre os média de serviço público estão frequentemente associados a questões de qualidade e democracia, revelando que estes média tendem a oferecer notícias mais aprofundadas e críticas em comparação com os média comerciais (Benson, 2018). Os estudos também associam o serviço público a um público mais informado (Iyengar et al., 2010) e a democracias que funcionam melhor em comparação com os sistemas de média sem serviço público (Humprecht & Esser, 2018; Neff & Pickard, 2021). No entanto, alguns média de serviço público têm um modelo económico que combina taxas de licença, impostos e receitas publicitárias, o que os torna igualmente suscetíveis a pressões financeiras (Humprecht, 2019). Além disso, em muitos países, os média de serviço público estão sob pressão política, sendo frequentemente criticados por servirem um público demasiado seletivo e elitista ou por competirem com os média privados (Arriaza Ibarra & Nord, 2014; Humprecht & Esser, 2018).

O estudo da propriedade privada tem sido associado a uma abordagem centrada em magnatas dos média como Hearst (Estados Unidos), Murdoch (Austrália e Grã-Bretanha) e Berlusconi (Itália; Stetka, 2012; Tunstall & Palmer, 1991), e, mais recentemente, à ascensão dos chamados “empreendedores dos média”. De facto, partes da literatura destacam o aumento de proprietários de média cujos principais interesses financeiros estão em setores externos (Stetka, 2012; Tunstall & Palmer, 1991). Humphreys (1996) argumentou inicialmente que este tipo de proprietários existia em mercados de média menos consolidados, citando (novamente) a Itália como exemplo. Contudo, no seu estudo sobre os mercados de média na Europa Central e Oriental, Stetka (2012) demonstra que a “propriedade por magnatas de negócios”, como a designa, está a aumentar. Argumenta ainda que a crescente inter-relação entre os média, a política e, geralmente, os interesses empresariais nacionais que estes proprietários representam se assemelha a alguns dos desafios de propriedade identificados em Itália e na Grécia. Isso levanta preocupações sobre se os média pertencentes a magnatas empresariais estão a ser instrumentalizados, ou capturados, para servir interesses empresariais e políticos em detrimento dos interesses públicos e jornalísticos (ver também Schnyder et al., 2024).

3. TRANSPARÊNCIA

A questão da transparência na propriedade é frequentemente considerada uma forma de aumentar o controlo democrático sobre os meios de comunicação social, e garantir o pluralismo na comunicação e a confiança no jornalismo (Figueira & Costa e Silva, 2023; Meier & Trappel, 2022). De modo geral, a transparência tornou-se um ideal democrático reconhecido em muitos países desde as décadas de 1960 e 1970 (Schudson,

2020) e está geralmente associada a conceitos sobre o funcionamento adequado das democracias, além de servir para afastar influências indevidas e a corrupção na tomada de decisões políticas (Meier & Trappel, 2022; Schudson, 2020). Mais recentemente, a transparência foi incorporada como um ideal jornalístico, incentivando as redações a revelar o processo de produção de notícias e as decisões diárias dos jornalistas e editores que influenciam quais histórias são noticiadas e quais não são (Blach-Ørsten & Lund, 2015; Masullo et al., 2022). A transparência tornou-se também um foco político no que respeita à propriedade das empresas, designadamente as de comunicação social (Antonioni et al., 2021; Fernando & Berkhout, 2022). O estudo da transparência dos beneficiários efetivos tem sido particularmente destacado: “identificar quem, em última instância, detém ou controla empresas e outras estruturas corporativas (o beneficiário efetivo) constitui uma medida essencial de integridade financeira, que também visa objetivos significativos de governança e transparência, além de ser relevante para a estabilidade macroeconómica e financeira” (Fernando & Berkhout, 2022, p. ix).

Com base nos dados do *Media Pluralism Monitor*, Smith et al. (2021) examinaram o nível de transparência da propriedade em mais de 30 países europeus. Destacam que, idealmente, deveria existir transparência tanto em relação à propriedade benéfica quanto à propriedade direta, assim como informações sobre as relações financeiras ou outros vínculos dos proprietários suscetíveis de influenciar as decisões editoriais. Contudo, concluem que, de forma geral, não há regras específicas de transparência dos média em muitos países europeus e, por conseguinte, não existe o nível de transparência exigido. Num estudo sobre a propriedade dos média, baseado em dados do *Media for Democracy Monitor*, Meier e Trappel (2022) chegam a uma conclusão semelhante no que diz respeito à prática da transparência na propriedade dos média. Também identificam e destacam alguns exemplos de boas práticas que disponibilizam facilmente as informações relativamente à transparência. Entre esses países, destacam-se o Reino Unido, os Países Baixos e a Coreia do Sul. Ainda assim, os autores afirmam que a transparência, por si só, não garante nem o pluralismo dos média, nem uma “melhor” democracia.

4. CAPTURA DOS MÉDIA

Com a disseminação da digitalização nos mercados de média, os investigadores têm abordado tanto os potenciais perigos como os benefícios desta tecnologia. Por um lado, a digitalização tornou as notícias acessíveis a mais pessoas do que nunca (Nielsen, 2017). Por outro lado, teve um impacto negativo ao perturbar o modelo tradicional de financiamento publicitário dos meios de comunicação social, resultando em despedimentos, encerramentos, fusões e no surgimento de *sites* de notícias online com uma base mais política e ideológica (Blach-Ørsten & Mayerhöffer, 2021; Nielsen, 2017; Schiffrin, 2018). Uma vez mais, isso levou a uma concentração da investigação no conceito de “captura dos média”. Enquanto o termo “transparência” foi retirado do léxico da ciência política (Schudson, 2020), “captura dos média” provém do campo da economia (Nielsen, 2017; Schiffrin, 2018; Stiglitz, 2017). Em economia, refere-se a “uma situação

em que os reguladores se tornam excessivamente empáticos ou condescendentes com as entidades que deveriam supervisionar” (Schiffirin, 2018, p. 1034). Nos estudos sobre mídia, a captura tem sido relacionada com análises sobre propriedade, e com investigações sobre tecnologias e plataformas (Schiffirin, 2018, 2021). No contexto da propriedade, o conceito de “captura dos média” refere-se ao controlo dos média por interesses privados que não visam o lucro ou o serviço ao interesse público, mas utilizam os meios de comunicação social como ferramenta para promover ambições políticas ou explorar a zona cinzenta entre negócios e política (Besley & Prat, 2006; Gross & Jakubowicz, 2012; Nielsen, 2017). A captura dos média pela propriedade não é uma ameaça exclusiva dos média privados, podendo também afetar os média de serviço público, como demonstram os acontecimentos recentes na Hungria e na Polónia (Dragomir & Aslama Horowitz, 2021; Schiffirin, 2018). De facto, com base nos trabalhos dos académicos referidos, é possível traçar uma taxonomia da captura dos média tanto para os média privados como para os de serviço público.

Média privados:

- Captura dos média privados por indivíduos abastados ou grandes corporações: os proprietários, cujos principais interesses financeiros se situam fora dos meios, podem utilizar os meios de comunicação social de que são proprietários para favorecer e resguardar esses interesses.
- Captura dos média por um indivíduo abastado ou uma empresa por razões políticas, ou ideológicas: os proprietários podem servir-se dos meios de comunicação social como plataformas ideológicas para servir interesses políticos e audiências específicas, ignorando ou criticando pontos de vista opostos.
- Uma combinação das anteriores.

Média de serviço público:

- Captura dos média pelo Governo: o Governo pode assumir o controlo dos meios de comunicação social, por exemplo, exercendo pressão política sobre os organismos reguladores, aplicando restrições financeiras aos novos média de serviço público ou despedindo jornalistas com os quais não concorda substituindo-os por pessoal mais “favorável” (Wiseman, 2021).
- A captura dos média pelo Governo também pode ser combinada com a captura dos média por indivíduos abastados que são próximos do Governo ou partilham a sua ideologia.

Em suma, o estudo sobre a propriedade dos média tem recaído sobre a concentração dessa propriedade, partindo da premissa de que a propriedade desempenha um papel crucial no pluralismo dos média, no seu conteúdo e no papel do jornalismo na democracia. A digitalização evidenciou a relevância do estudo da propriedade dos média, com o surgimento de novas ameaças, contudo, a regulamentação e a transparência não se têm mostrado suficientemente eficazes para mitigar esses desafios. Estudos indicam que estão a emergir novos tipos de propriedade nos média, como os chamados “empreendedores dos média”, cujos principais interesses comerciais se encontram fora do setor e cujas motivações são predominantemente políticas e ideológicas. Paralelamente, a investigação revela que alguns Governos têm capturado os média de serviço público para promover os seus objetivos políticos. Estas mudanças geram preocupações sobre a captura dos média através da propriedade, sublinhando a importância da transparência, especialmente no que diz respeito aos proprietários beneficiários e às suas ligações

políticas. A propriedade dos média tornou-se tão relevante que deve ser considerada uma dimensão crucial dos sistemas de média (Neimanns, 2021), tema que será abordado na próxima secção.

5. PROPRIEDADE EM DIFERENTES SISTEMAS DE MÉDIA

As transformações e desafios da propriedade na era digital manifestam-se de forma distinta em cada país, embora apresentem semelhanças em termos gerais entre os sistemas de média. Assim, a investigação recente considera a digitalização e a propriedade como aspetos fundamentais que afetam a classificação dos países em diversos sistemas de média (Humprecht et al., 2022; Neimanns, 2021). Inicialmente, os sistemas de média descritos por Hallin e Mancini (2004) identificavam três modelos no mundo ocidental: o modelo corporativo democrático, caracterizado por uma sólida indústria de jornais e um forte papel do Estado, evidenciado por subsídios aos média e serviços públicos, designadamente em países como Dinamarca, Noruega, Suécia, Finlândia, Alemanha, Bélgica, Suíça, Países Baixos e Áustria. Em segundo lugar, o modelo pluralista polarizado, caracterizado por um baixo nível de profissionalismo e um elevado grau de paralelismo político, abrangendo a França, Itália, Grécia, Portugal e Espanha. Por fim, o modelo liberal, caracterizado por um jornalismo dominado pelo mercado e uma imprensa comercial neutra, presente nos Estados Unidos, Grã-Bretanha, Irlanda e Canadá.

Os modelos de Hallin e Mancini (2004) são anteriores à era digital e, por isso, os investigadores têm procurado atualizar os três modelos à luz das mudanças ocorridas desde 2004 (Brüggemann et al., 2014; Humprecht et al., 2022). Humprecht et al. (2022) afirmam que pretendem repensar o modelo em resposta ao surgimento das redes sociais, à digitalização dos média tradicionais, à crescente fragmentação das audiências e ao aumento dos média com viés político. Acrescentam também uma ênfase na liberdade dos média, um aspeto que não estava presente no modelo original, incluindo a influência política sobre os meios de comunicação social e a estrutura da sua propriedade. Anteriormente, as preocupações relacionadas com a propriedade estavam principalmente associadas ao modelo pluralista polarizado, com a Itália e a Grécia frequentemente citadas como exemplos, e ocasionalmente ao modelo liberal, mais frequentemente exemplificado pela crescente fragmentação e polarização do mercado dos média nos Estados Unidos.

Estas novas preocupações de investigação, bem como a atualização das dimensões que definem os sistemas mediáticos e a inclusão de novos países, motivam uma nova configuração de três sistemas de média adaptados à era digital (Humprecht et al., 2022). O modelo liberal é agora substituído por um modelo híbrido, caracterizado por um baixo apoio estatal, pouco profissionalismo jornalístico e um mercado mediático fragmentado. Este novo modelo abrange os Estados Unidos, o Reino Unido, a Irlanda, a França, a Itália, Portugal, a Bélgica, a República Checa, a Estónia e a Lituânia. O modelo pluralista polarizado distingue-se por baixos níveis de apoio estatal, baixos níveis de profissionalismo jornalístico e um elevado grau de paralelismo político. Este modelo abrange a Bulgária, Chipre, Croácia, Grécia, Hungria, Letónia, Montenegro, Polónia, Roménia, Eslováquia, Eslovénia e

Espanha. Por fim, o modelo democrático corporativo, que (ainda) se caracteriza por um elevado grau de profissionalismo jornalístico, um mercado inclusivo, apoio estatal e um baixo nível de paralelismo político, inclui a Finlândia, a Dinamarca, a Noruega, a Suécia, a Áustria, a Alemanha, a Suíça e os Países Baixos.

Embora tenha provocado mudanças distintas em cada país, a digitalização também contribuiu para a reconfiguração de um modelo de sistemas de média. Nesta reconfiguração, foram introduzidas novas dimensões, como a liberdade dos meios de comunicação social e as estruturas de propriedade, além da inclusão de novos países da Europa Central e Oriental. Contudo, a nível sistémico, destaca-se o sistema democrático corporativo, que apresenta mudanças menos significativas em comparação com os outros sistemas de média descritos como mais “estáveis” do que os restantes (Humprecht et al., 2022). Esta conclusão aplica-se ao nível agregado, mas levanta a questão de como a digitalização influencia os países individualmente dentro deste sistema mais estável. Assim, embora muitos estudos sobre a propriedade e a captura dos média se concentrem em países onde os desafios são já evidentes, como se manifestam esses desafios numa perspetiva de “melhor” caso? Para explorar esta questão, elegemos a Dinamarca como estudo de caso.

6. A DINAMARCA NO QUADRO DO SISTEMA DEMOCRÁTICO CORPORATIVO DOS MÉDIA

O sistema dinamarquês de média tem sido e continua a ser caracterizado por órgãos de comunicação social públicos e privados robustos, subsídios aos média privados, um elevado grau de profissionalismo jornalístico, e de liberdade de imprensa (Blach-Ørsten et al. 2021; Esmark & Blach-Ørsten, 2008; Olesen, 2020). Os utilizadores dinamarqueses demonstram elevada confiança nos meios de comunicação social tradicionais, privilegiando o serviço público, tanto online como offline, assim como as páginas iniciais dos *sites* dos jornais tradicionais (Schrøder et al., 2023). Relativamente à liberdade dos média, a Dinamarca ocupa a primeira posição nos relatórios anuais do índice de liberdade de imprensa publicados pela organização Repórteres Sem Fronteiras (<https://rsf.org/en/index>). Tradicionalmente, o sistema de média dinamarquês é classificado como um sistema dual, no qual coexistem emissoras de serviço público e média privados, tanto impressos como digitais (Kammer, 2017). Em termos de estrutura, o sistema é caracterizado pelo domínio dos média de serviço público estatais no mercado audiovisual. Por outro lado, o mercado da imprensa, tanto analógica como digital, é igualmente dominado por alguns grandes proprietários privados (Willig & Blach-Ørsten, 2017). A propriedade privada está subdividida entre ações e fundações privadas (Kammer, 2017). Os relatórios anuais do *Media Pluralism Monitor* destacam que, na Dinamarca, não existem regras específicas nem requisitos definidos em matéria de propriedade das empresas de comunicação social. Além disso, o principal objetivo da Lei da Responsabilidade dos Meios de Comunicação Social não é regular a propriedade ou o controlo (Rasmussen et al., 2022; Simonsen, 2023; Willig & Blach-Ørsten, 2017). Devido à ausência de uma lei da concorrência específica para os média, a Dinamarca apresenta

uma avaliação de risco médio no que respeita às ameaças à pluralidade do mercado e à transparência da propriedade (Simonsen, 2023). No entanto, com base nos poucos casos que foram objeto de regulamentação pelas autoridades da concorrência nos últimos anos, a lei cumpre o seu propósito (Willig et al., 2022).

A descrição da propriedade dos média na Dinamarca mantém-se, em grande medida, consistente em cada um dos relatórios anuais dinamarqueses do *Media Pluralism Monitor*. Contudo, têm-se verificado mudanças na estrutura de propriedade, especialmente com o advento da digitalização dos meios de comunicação social no mercado dinamarquês, a partir da década de 2000 (ver também Kammer, 2017). Desde 2014, as políticas dinamarquesas no setor dos meios de comunicação social começaram a incluir os denominados “subsídios à inovação”, visando apoiar novos tipos de média, tanto digitais como impressos (Kammer, 2017). Isto significa que, atualmente, o mercado dinamarquês de média é constituído por um número crescente de média, predominantemente digitais, cujos proprietários não são nem o Estado, nem os média tradicionais, mas sim diferentes tipos de proprietários privados. Alguns destes novos média digitais receberam apoio estatal para a inovação, enquanto outros não. De modo geral, estes “novos” média, frequentemente designados por “média nativos digitais”, podem ser classificados em duas categorias gerais (Blach-Ørsten & Mayerhöffer, 2021). Por um lado, existem os média inovadores e alternativos, em que a tónica é colocada na inovação jornalística e no desenvolvimento de novos formatos e abordagens para o exercício do jornalismo, geralmente direcionados a um público específico. Por outro lado, encontramos os média alternativos altamente partidarizados, cujo objetivo é funcionar como um “corretivo político” para um sistema de média dominante considerado tendencioso. Estes média altamente partidarizados podem ser identificados tanto à esquerda como à direita do espetro político, embora tendam a ser mais frequentes à direita (Blach-Ørsten & Mayerhöffer, 2021; Brems, 2023).

Outra característica notável do sistema de média dinamarquês, no que se refere à propriedade, é a tradição das fundações detentoras de meios de comunicação social, especialmente jornais. Conforme indicado por Thomsen et al. (2018), a propriedade por parte de fundações industriais pode ser observada em várias partes do mundo, incluindo empresas como Bosch (Alemanha), Hershey (Estados Unidos) e Rolex (Suíça). Em termos práticos, uma fundação industrial é uma entidade isenta de impostos ou sem fins lucrativos que detém ou controla uma ou mais empresas comerciais convencionais. Este modelo de propriedade é comum na Europa do Norte, especialmente na Dinamarca. A diferença fundamental entre as fundações na Europa do Norte e, por exemplo, nos Estados Unidos, reside no facto de que, no contexto nórdico, uma fundação tem um objetivo empresarial — a preservação e o desenvolvimento da empresa. Estas características da propriedade das fundações estão formalizadas nos seus estatutos, tornando a manutenção da empresa o objetivo primordial das fundações em questão. Em segundo lugar, a propriedade da fundação não enfrenta os desafios de sucessão que surgem nas novas gerações da família fundadora. A propriedade permanece na fundação, não havendo a possibilidade de que as novas gerações possam lucrar com a venda das suas ações. Em terceiro lugar, as

fundações são proprietárias com uma abordagem paciente, pois não têm acionistas que exijam dividendos. Assim, a motivação pessoal para o lucro e a pressão para maximizar os ganhos a curto prazo estão ausentes ou, pelo menos, são silenciados (Willig et al., 2022).

Por último, no que diz respeito às questões de propriedade e transparência num contexto exclusivamente dinamarquês, existem poucos estudos académicos sobre ambos os temas (Willig & Blach-Ørsten, 2022). Lund (1976) analisou a relação entre propriedade e poder no âmbito do serviço público dinamarquês, assim como o impacto da crescente concentração dos meios de comunicação social sobre o seu conteúdo (Lund, 2013). No âmbito do *Media for Democracy Monitor*, os relatórios de Willig e Blach-Ørsten (2017), Rasmussen et al. (2022), e Simonsen (2023) examinaram a transparência da propriedade, concluindo que as ameaças à transparência nos meios de comunicação social na Dinamarca são consideradas “médias”, devido à ausência de uma legislação específica para este setor. Esta questão é abordada no direito geral, tanto a nível nacional como europeu (Rasmussen et al., 2022). Na prática, as informações sobre a propriedade são publicamente acessíveis através do Registo Central de Empresas. Contudo, a legislação apenas exige a transparência das sociedades anónimas e cooperativas quando a propriedade ultrapassa os 5% (Willig & Blach-Ørsten, 2017).

Na análise, debruçamo-nos sobre as seguintes dimensões, tendo como base o livro de códigos do *Euromedia Ownership Monitor* e a metodologia dos projetos. Como indicado na metodologia: “a informação mais relevante na metodologia EurOMo diz respeito à dimensão ‘Estrutura de propriedade’, que se refere fundamentalmente a *participações legais*. As pessoas singulares são consideradas *beneficiários efetivos*, conforme a definição estabelecida pela Diretiva da UE contra o branqueamento de capitais (AMLD, 2021)” (Euromedia Ownership Monitor, 2023). Relativamente à propriedade, focamo-nos nas estruturas jurídicas dos média, que nos permite identificar os indivíduos e/ou as famílias que controlam os mesmos (ao contrário das estruturas que ocultam os verdadeiros proprietários, como as fundações privadas e os fundos de investimento familiares). No que concerne à transparência, a nossa análise centra-se na divulgação dos proprietários diretos e beneficiários nas publicações ou nos *sites* dos meios de comunicação social, bem como na divulgação de filiações a instituições externas (partidos políticos, Igreja, grupos de interesse) nas publicações ou nos *sites* dos meios de comunicação social.

A partir deste ponto, exploramos as seguintes três questões de investigação (Q1):

- Q11: que tipos de propriedade caracterizam os antigos e os novos média digitais?
- Q12: qual é o grau de transparência da propriedade nos média tradicionais em comparação com os novos média digitais, particularmente no que diz respeito aos proprietários beneficiários?
- Q13: que tipos de informação são divulgados pelos diferentes média relativamente à sua filiação a instituições externas, como partidos políticos, a Igreja e grupos de interesse?

7. METODOLOGIA

Como referido, este artigo apoia-se na metodologia desenvolvida no projeto *Euromedia Ownership Monitor* (Tomaz, 2024). A descrição completa da metodologia

pode ser consultada na página inicial do projeto (<https://media-ownership.eu/about/methodology/>). Contudo, este artigo utiliza um conjunto limitado de variáveis para a recolha de dados, concentrando-se exclusivamente na propriedade e na transparência da propriedade. No que diz respeito à propriedade, o foco incide, primeiramente, nos tipos de propriedade, como empresas familiares, cooperativas, fundos fiduciários, com ou sem fins lucrativos, serviços públicos, empresas cotadas em bolsa, nacionais/internacionais. Adicionalmente, examinamos a filiação dos proprietários a partidos políticos, bem como a Governos nacionais ou regionais. Embora não existam disposições legais específicas sobre a propriedade dos média e a transparência dos seus proprietários, a Lei das Declarações Financeiras estipula que todas as sociedades por quotas e cooperativas devem declarar os proprietários que detenham mais de 5% das ações. Participações superiores a 20% devem ser especificadas nas contas anuais. Na Dinamarca, qualquer pessoa pode aceder às contas anuais das empresas de média, embora algumas informações específicas no Registo Central de Empresas impliquem o pagamento de uma taxa (<https://datacvr.virk.dk/>). No entanto, a maioria das empresas divulga as suas contas nos relatórios anuais publicados nos seus sites (Willig & Blach-Ørsten, 2017). Todo o registo das informações sobre a propriedade, para os fins deste artigo, foi efetuado ao longo de 2022.

Considerando os tipos de média em análise, a nossa atenção centra-se nos média tradicionais de referência e em diferentes tipos de média digitais, inovadores e alternativos. Os média tradicionais de referência incluem os jornais de serviço público e os jornais tradicionais de grande tiragem (ver também Blach-Ørsten et al., 2021), enquanto a amostra de média alternativos procura refletir igualmente a diversidade de formatos que compõem esta categoria. Assim, enquanto escolhemos 12 média tradicionais de referência para a amostra, a amostra de média alternativos inclui 22 média. A seleção dos média, tanto sob a designação de média tradicionais “de referência” como sob a designação de “novos média”, baseia-se numa combinação entre o alcance das audiências e a intenção de diferenciar os tipos de média. Para o alcance, utilizamos os dados dinamarqueses do *Reuters Digital News Report* (Relatório de Notícias Digitais da Reuters; Schrøder et al., 2022). Para garantir a diversidade, recorreremos a uma lista de todos os novos média digitais que receberam apoio governamental através da denominada “bolsa de inovação” desde 2014 (Slots- og Kulturstyrelsen, 2014), bem como a estudos sobre a utilização de média novos e alternativos (Blach-Ørsten & Mayerhöffer, 2021; Mayerhöffer, 2021). Analisámos um total de 34 meios de comunicação social dinamarqueses, 12 média tradicionais e 22 novos média digitais (ver Tabela 1). Entre os 12 média tradicionais, incluem-se as duas principais emissoras de serviço público, que englobam rádio, televisão e plataformas digitais. A análise também abrange os principais jornais de referência, os principais jornais populares, bem como um jornal regional e um jornal especializado. As emissoras de serviço público e os dois jornais populares são os meios digitais mais utilizados na Dinamarca, alcançando entre 28% e 42% da população semanalmente, enquanto os novos média digitais atingem apenas entre 1% (Føljeton) e 7% (Altinget) da população, segundo o *Reuters Digital News Report* (Schrøder et al., 2022).

MÉDIA DE REFERÊNCIA		NOVOS MÉDIA	
NOME	TIPO	NOME	TIPO
DR1	Transparente no <i>site</i>	Zetland	Transparente no <i>site</i>
P1	Transparente no <i>site</i>	Altinget	Fontes públicas secundárias
dr.dk	Transparente no <i>site</i>	Frihedsbrevet	Semitransparente no <i>site</i>
TV 2	Transparente no <i>site</i>	24syv	Fontes públicas secundárias
tv2.dk	Transparente no <i>site</i>	KapitalWatch	Semitransparente no <i>site</i>
<i>Politiken</i>	Fontes públicas secundárias	PolicyWatch	Semitransparente no <i>site</i>
<i>Jyllands-Posten</i>	Fontes públicas secundárias	Klimamonitor	Semitransparente no <i>site</i>
<i>Ekstra Bladet</i>	Fontes públicas secundárias	A4arbejdsliv	Semitransparente no <i>site</i>
<i>Berlingske</i>	Fontes públicas secundárias	Avisen.dk	Semitransparente no <i>site</i>
B.T.	Fontes públicas secundárias	Avisen Danmark	Semitransparente no <i>site</i>
<i>JydskeVestkysten</i>	Fontes públicas secundárias	Den Uafhængige	Semitransparente no <i>site</i>
<i>Information</i>	Transparente no <i>site</i>	Føljeton	Fontes públicas secundárias
		Netavisen Pio	Semitransparente no <i>site</i>
		Euroinvestor	Semitransparente no <i>site</i>
		MarketWire	Semitransparente no <i>site</i>
		Radio4	Semitransparente no <i>site</i>
		Kongressen.com	Fontes públicas secundárias
		Vid&Sans	Semitransparente no <i>site</i>
		Lokalavisen.dk	Fontes públicas secundárias
		Globalnyt	Transparente no <i>site</i>
		Newsbreak.dk	Semitransparente no <i>site</i>
		Kiosk	Semitransparente no <i>site</i>

Tabela 1. Panorama dos meios de comunicação social analisados

Nota. O panorama dos meios de comunicação social analisados inclui tanto os média de referência como os novos média indicados. A filiação da propriedade é categorizada da seguinte forma: transparente no *site* = o(s) proprietário(s) direto(s) e o(s) beneficiário(s) efetivo(s) são ambos mencionados diretamente na publicação/no *site*; semitransparente no *site* = apenas o(s) proprietário(s) direto(s) é(são) mencionado(s) na publicação/*site*, mas a obtenção de informações sobre o(s) beneficiário(s) efetivo(s) requer o uso de fontes públicas secundárias; fontes públicas secundárias = é necessário o acesso a fontes secundárias, como o Registo Central de Empresas ou o relatório fiscal anual.

Isto significa que, na lista abaixo, o DR (Denmarks Radio), o principal organismo público de radiodifusão dinamarquês, está representado por três das suas diferentes plataformas. Assim, o DR 1 é o seu principal canal de televisão, o P1 é o principal canal de rádio de serviço público e o dr.dk é o principal *site* de notícias. O segundo organismo público de radiodifusão, TV 2, está representado pelo seu principal canal de televisão, o TV 2, e pelo seu *site* de notícias, o tv2.dk. Também fazem parte da lista os principais jornais de referência: *Politiken*, *Jyllands-Posten* e *Berlingske*; os jornais populares *Ekstra Bladet* e *B.T.*; o jornal regional *JydskeVestkysten* e o jornal intelectual de menor dimensão, *Information*.

Os 22 novos média digitais representam uma amostra abrangente dos tipos de média que surgiram na Dinamarca desde a década de 2000, refletindo uma diversidade significativa de formatos. Esta gama inclui desde média políticos especializados, como o Frihedsbrevet e o Netavisen Pio, até opções mais acessíveis ao público em geral, como o Zetland, Avisen Danmark, Avisen dk., Altinget, Radio 4 e 24syv. Além disso, há meios de

comunicação social dedicados à cobertura de temas específicos, como o Klimamonitor, focado no clima; KapitalWatch, Euroinvestor e Marketwire, voltados para as finanças; e o PolicyWatch e Kongressen, centrados na política. Também se destacam média inovadores que experimentam novas formas de jornalismo, como o Føjeton e o Den uafhængige, que visam alcançar um público mais jovem, como o Kiosk, além de iniciativas dedicados à comunicação científica, como o Vid&Sans.

8. ANÁLISE

Ao abordar a Q11, relativa aos tipos jurídicos de propriedade, a Figura 1 abaixo ilustra as diferenças e semelhanças entre os dois tipos de média. Tal como evidenciado em estudos anteriores sobre a propriedade dos meios de comunicação social na Dinamarca, constata-se que a propriedade dos média tradicionais se divide essencialmente em duas categorias. No que diz respeito à imprensa e ao mercado digital, os média privados da imprensa são, na sua maioria, detidos por fundações sem fins lucrativos, enquanto os média de serviço público que operam tanto offline como online são propriedade do Estado (no caso da TV 2) ou estão classificados como propriedade própria como a Rádio da Dinamarca (Willig et al., 2022). Uma das empresas privadas de comunicação social incluídas na amostra, a *Berlingske*, é detida por uma empresa de média estrangeira sediada na Bélgica. No entanto, os direitos de publicação permanecem sob a propriedade de uma fundação na Dinamarca. No que respeita aos novos média digitais, os seus tipos de propriedade apresentam uma diversidade considerável. Entre estes, identificam-se fundações sem fins lucrativos como proprietárias de alguns média (por exemplo, Globalnyt e Netavisen Pio), enquanto outros são detidos por proprietários individuais ou por uma editora universitária (Vid&Sans). Contudo, é de salientar que a maioria dos novos média é detida por sociedades de responsabilidade limitada.

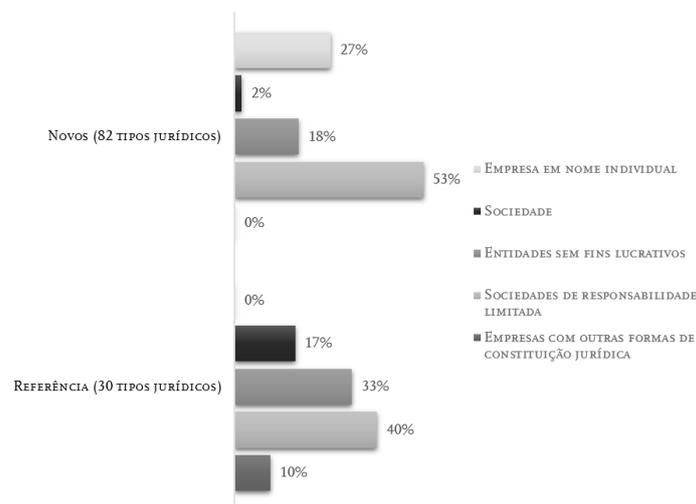


Figura 1. Estruturas de propriedade nos média de referência e nos novos média

Nota. Estruturas de propriedade nos média de referência e nos novos média, expressas em percentagem: 30 tipos jurídicos nos média de referência e 82 nos novos média. Estruturas de propriedade dos média de referência: empresas com outras formas de constituição jurídica (três), sociedades por quotas (12), entidades sem fins lucrativos (10), sociedades (cinco), empresas em nome individual (zero). Estruturas de propriedade dos novos média: empresas com outras formas de constituição jurídica (zero), sociedades por quotas (43), entidades sem fins lucrativos (15), sociedades (dois), empresas em nome individual (22).

A maior diferença relativamente à propriedade entre os média tradicionais e os novos média digitais é que, enquanto os empresários em nome individual não são proprietários de nenhum dos média tradicionais, este tipo de propriedade é comum no caso dos novos média digitais. Ao analisar de forma mais detalhada os beneficiários efetivos dos novos média e dos média digitais, verificou-se que, no caso do Frihedsbrevet, mais de 30% das ações (em 2022) foram rastreadas até uma empresa localizada no Luxemburgo. Esse tipo de propriedade gerou controvérsia nos média, dado que o Luxemburgo é frequentemente associado a questões de evasão fiscal (Schmidt & Sand, 2021). O editor-chefe do Frihedsbrevet também comentou sobre a questão na página inicial do *site* de notícias (Brügger, 2021). Além disso, um dos principais acionistas é um ex-sócio do fundo de capital sueco EQT Partners, conhecido pelos seus investimentos em diversos setores, incluindo aviação, brinquedos e hotéis (Olsen, 2023). Quanto às ameaças de captura dos média associadas à propriedade, estas variam conforme o tipo de propriedade em questão. Embora as fundações privadas sem fins lucrativos, uma forma comum de propriedade na Dinamarca, não sejam frequentemente mencionadas em estudos sobre a captura dos média, Benson (2017) examinam a captura por fundações filantrópicas. Por outro lado, a propriedade privada de um único proprietário (empresário dos média) está frequentemente associada ao risco de captura dos média por indivíduos com grandes interesses, tanto políticos quanto empresariais. Este modelo de propriedade não está presente nos média tradicionais, sendo observado apenas nos média digitais, indicando uma clara mudança nos tipos de propriedade presentes no sistema mediático dinamarquês. No que se refere à captura dos média de serviço público, não se registou qualquer alteração na estrutura de propriedade dos média do serviço público dinamarquês nem nos contratos de serviço público. Contudo, a DR também enfrenta pressões políticas e hostilidade (Dragomir & Aslama Horowitz, 2021), manifestadas principalmente sob a forma de pressão financeira sobre a instituição. Um exemplo disso ocorreu em 2018, quando um Governo de centro-direita, com o apoio de um partido de direita, reduziu o orçamento em 20%, o que levou ao encerramento de vários programas e a despedimentos (Holtz-Bacha, 2021).

Relativamente à Q12, que analisa a divulgação da propriedade nas páginas iniciais, assim como a transparência em relação ao proprietário direto e ao proprietário beneficiário (ver Figura 2), observamos uma série de diferenças significativas entre os média tradicionais e os novos média digitais. No que diz respeito à transparência, constatámos que, para as duas organizações de radiodifusão de serviço público incluídas na amostra, tanto os proprietários diretos como os beneficiários efetivos são mencionados no respetivo *site*. No que diz respeito aos média tradicionais impressos/digitais, verificamos, com exceção do jornal especializado *Information*, que, para encontrar o proprietário direto e o beneficiário efetivo, é necessário visitar o *site* da publicação e uma fonte pública secundária (o Registo Central de Empresas). Relativamente aos novos média digitais, o panorama é ligeiramente diferente. Embora a transparência do proprietário direto seja visível nos *sites* dos diferentes meios de comunicação social, descobrir quem é o proprietário efetivo requer mais investigação, na maioria das vezes uma combinação da leitura dos relatórios anuais dos meios de comunicação social e da verificação das informações no Registo Central de Empresas.

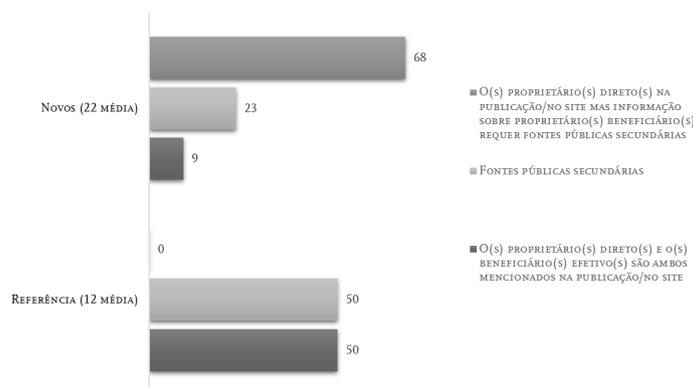


Figura 2. Divulgação da propriedade nos média de referência e nos novos média

Nota. Divulgação da propriedade nos média de referência e nos novos média, expressas em percentagem: 12 média de referência e 22 nos novos média. Divulgação da propriedade dos média de referência: o(s) proprietário(s) direto(s) e o(s) beneficiário(s) efetivo(s) são ambos mencionados na publicação/no site (seis), fontes públicas secundárias (seis). Divulgação da propriedade dos novos média: o(s) proprietário(s) direto(s) e o(s) beneficiário(s) efetivo(s) são ambos mencionados na publicação/no site (dois), em fontes públicas secundárias (cinco), o(s) proprietário(s) direto(s) na publicação/site, mas informação sobre o(s) beneficiário(s) efetivo(s) requer a consulta de fontes públicas secundárias (15).

Embora o Registo Central de Empresas seja descrito como o “principal registo governamental de informações sobre empresas na Dinamarca e na Gronelândia” na sua página inicial, constatámos que, em vários dos novos média digitais, as informações não existiam ou estavam desatualizadas. Assim, para um dos proprietários, o Advice Netværk A/S, a última atualização referente ao número de funcionários data de 2014¹, enquanto para outro proprietário, as informações foram atualizadas pela última vez em 2019². Quanto ao jornal digital Netavisen Pio, propriedade de uma fundação, as informações no Registo Central de Empresas são vagas no que se refere à propriedade³, embora os nomes dos membros do conselho de administração, e não dos proprietários, estejam disponíveis na página inicial. A única descrição das pessoas ligadas à fundação encontra-se na página inicial, onde, em termos vagos, são referidas como “um grupo de pessoas que partilham a convicção de querer trazer mais significado ao debate público”⁴. Isto também implica que a estrutura de propriedade da fundação pode ser utilizada para ocultar a identidade dos proprietários. Embora este tipo concreto de forma de propriedade dos média, seja frequentemente destacado como um mecanismo de proteção contra pressões financeiras indevidas, pode não funcionar tão eficazmente se a fundação tiver outros objetivos mais políticos.

O presidente do conselho de administração do Netavisen Pio, Max Meyer, é mencionado na página inicial apenas pelo seu nome, sem qualquer outra identificação. No entanto, num artigo sobre o tratamento dos judeus na Dinamarca publicado na página inicial do jornal, é mencionado como antigo representante sindical do sindicato dos canalizadores

¹ Informação acedida pela última vez em 11 de março de 2024 em <https://datacvr.virk.dk/enhed/virksomhed/11933696?frittekst=Advice%2520Netv%25C3%25A6rk%2520A%252Fs&sideIndex=o&size=10>.

² Informação acedida pela última vez em 11 de março de 2024 em <https://datacvr.virk.dk/enhed/virksomhed/40301860?frittekst=Willmore%2520Business%2520Empowerment%2520ApS&sideIndex=o&size=10>.

³ Informação acedida pela última vez em 11 de março de 2024 em <https://datacvr.virk.dk/enhed/virksomhed/34668558?frittekst=34668558&sideIndex=o&enedstyp=virksomhed&size=10>.

⁴ Informação acedida pela última vez em 11 de março de 2024 em <https://piopio.dk/om-pio>.

(Friedberg, 2020) e como membro da direção do jornal digital. O outro membro da direção, Jakob Sand Kirks, é o fundador e proprietário da sua própria empresa de comunicação e *lobbying*, Sand Kirk (<https://sandkirk.dk/>). Assim, embora o Registo Central de Empresas seja destacado nos relatórios do *Media Pluralism Monitor* sobre a Dinamarca (Rasmussen et al., 2022; Willig & Blach-Ørsten, 2017) ao analisar a propriedade de novos média digitais, a base de dados nem sempre está atualizada, nem proporciona uma janela de transparência suficiente para revelar toda a propriedade de uma empresa ou negócio registado.

Por último, quanto à Q13 e à questão da transparência relativamente à filiação dos proprietários a instituições externas, como partidos políticos, a Igreja ou grupos de interesse, não encontramos transparência nestas áreas. Mais uma vez, isso deve-se à ausência de uma legislação específica sobre a propriedade dos meios de comunicação social e à falta de atenção política por parte dos políticos dinamarqueses responsáveis por esta área. No entanto, conforme já mencionado neste artigo, alguns proprietários dos novos média digitais estão ou estiveram envolvidos na política, enquanto outros estiveram associados a organizações de interesses específicos ou a grupos de reflexão. Deste modo, um dos acionistas do *Frihedsbrevet* fez, no passado, uma doação ao partido político de centro-direita, Aliança Liberal (Albrecht, 2021), enquanto outro acionista foi presidente do conselho de administração de um grupo de reflexão de centro-direita (*Bjørn Høi Jensen ny Bestyrelsesformand i CEPOS*, 2012). Além disso, o exemplo recente, que também abriu este artigo, de um candidato a presidente da Câmara que detém 11 jornais locais diferentes na sua empresa levanta a questão óbvia de como esta propriedade poderia afetar o conteúdo em função de convicções ou alianças políticas. Por outras palavras, a Q13 indica que as novas formas de propriedade identificadas na Q11 representam um risco de captura dos média por proprietários ou investidores com agendas políticas.

9. CONCLUSÃO: DE PROPRIEDADE DUAL A PROPRIEDADE MÚLTIPLA

Tradicionalmente, a propriedade dos média na Dinamarca é descrita como “dual”. Por um lado, os organismos públicos de radiodifusão são detidos pelo Estado ou possuem uma estrutura de propriedade independente; por outro, os média privados pertencem a fundações ou a empresas cotadas em bolsa. Esta sempre foi uma descrição algo redutora, mas atualmente já não reflete completamente a realidade das formas de propriedade na Dinamarca. Além disso, a transparência da propriedade, tradicionalmente considerada elevada no país, é outra afirmação que carece de atualização. Na verdade, este artigo apresenta várias informações que contribuem para a compreensão do sistema de propriedade dos meios de comunicação social na Dinamarca. Desde o início da década de 2000, surgiram inúmeros meios de comunicação social nativos digitais no sistema mediático dinamarquês, impulsionados pela digitalização. Este fenómeno foi ainda reforçado, a partir de 2014, por uma política governamental que promove os chamados “subsídios à inovação”, destinados a apoiar novos tipos de média, sejam digitais ou impressos. Baseando-se em novos parâmetros analíticos desenvolvidos no âmbito do projeto *European Media Ownership*, a nossa amostra de meios de comunicação social abrange tanto os média tradicionais quanto os novos média digitais. No total, analisámos 34 meios de comunicação dinamarqueses, dos quais 12 são tradicionais e 22 são novos, focando-nos nos tipos de propriedade e na transparência da mesma.

No que concerne a Q11, verificamos que, na sua maioria, a imprensa tradicional privada permanece sob a propriedade de fundações sem fins lucrativos, enquanto os média tradicionais de serviço público são propriedade do Estado ou estão registados como propriedade própria. No que diz respeito aos novos média digitais, observamos uma maior diversidade nas formas de propriedade, com alguns detidos por proprietários privados, outros por fundações e ainda outros por empresários em nome individual. Contudo, apenas os novos média digitais pertencem a um único proprietário. A propriedade privada de um único proprietário (empresário dos média) está associada ao risco de captura dos média por indivíduos com interesses significativos, tanto políticos quanto empresariais. Este modelo de propriedade não está presente nos média tradicionais, sendo observado nos média digitais, indicando uma clara mudança nos tipos de propriedade presentes no sistema mediático dinamarquês. No que diz respeito à Q12, concluímos que a transparência relativa aos proprietários diretos e beneficiários é mais facilmente acessível nos média tradicionais do que nos novos média digitais. Além disso, embora o Registo Central de Empresa tenha sido frequentemente destacado em outras análises sobre a propriedade dos meios de comunicação social na Dinamarca como um instrumento eficaz para assegurar a transparência, o nosso estudo não confirma essa eficiência em todos os casos. Contudo, este é sobretudo o caso dos novos média digitais. Identificámos informações desatualizadas sobre alguns dos proprietários dos novos média digitais, enquanto que, num caso, observámos pouca transparência relativamente à propriedade de uma fundação. Em suma, as novas estruturas de propriedade nos média digitais apresentam uma opacidade maior em comparação com as formas de propriedade dos média tradicionais. Por fim, no que diz respeito à Q13, constatamos não haver uma tradição no setor dos meios de comunicação social de divulgar as possíveis filiações das “pessoas singulares” a interesses políticos ou a outras atividades comerciais. Esta última parte é particularmente relevante, pois os novos média digitais, ao contrário dos tradicionais, são frequentemente detidos e financiados por investidores privados que atuam predominantemente noutros setores industriais ou políticos. Essa forma de propriedade acarreta frequentemente o risco de captura dos média, um fenómeno associado a mercados de média menos consolidados. A falta de transparência total relativamente às ambições, ligações ou filiações políticas dos proprietários pode deixar o público alheio à possível parcialidade das notícias que consome.

Em suma, o artigo demonstra que, embora o sistema mediático dinamarquês seja um dos sistemas democráticos corporativos dos média mais estáveis, algumas das transformações que afetaram outros sistemas mediáticos começam também a manifestar-se neste contexto. Dessa forma, a tradicional estrutura de propriedade dual é agora mais bem caracterizada como uma propriedade múltipla, com o surgimento de novas formas de propriedade impulsionadas pela digitalização, a par de novos desafios, como o risco de captura pela propriedade. A tradicional elevada transparência do sistema inclui agora formas de propriedade mais opacas, nas quais os beneficiários efetivos são menos identificáveis e as ligações dos proprietários a outros interesses financeiros ou políticos não são abordadas pela atual política dos meios de comunicação social. De facto, o estudo de caso revela, como sugerido por Nielsen (2017), que a digitalização trará alterações na estrutura de propriedade que poderão acarretar o risco de captura pela propriedade, mesmo em sistemas de comunicação social mais estáveis. Como foi

mencionado, não existem leis específicas na Dinamarca que regulamentem a propriedade dos meios de comunicação social ou a transparência dessa propriedade, e o mais recente acordo sobre política de meios de comunicação social de 2023 não aborda essas questões (<https://kum.dk/kulturomraader/medier/medieaftaler>). O acordo aborda, em certa medida, os subsídios à inovação concedidos desde 2014 aos novos média digitais, mas as questões relacionadas com a propriedade e os subsídios à inovação não são contempladas. Na verdade, a política dos meios de comunicação social não está a acompanhar o mesmo ritmo das transformações nos sistemas de média, e as mudanças e desafios emergentes descritos neste artigo parecem, até agora, ter passado despercebidos para os políticos dinamarqueses responsáveis por esta área.

Tradução: Anabela Delgado

REFERÊNCIAS

- Agence France Presse. (2024, 21 de março). Italy agency reporters strike over right-wing takeover fears. *Barron's*. <https://www.barrons.com/news/italy-agency-reporters-strike-over-right-wing-takeover-fears-a17ebcde>
- Albrecht, J. (2021, 15 de novembro). Mads Brüggers pengemand: 'Skattelykonge' er gemt i et virvar af betalt ros på Google. *Journalisten*. <https://journalisten.dk/mads-bruggers-pengemand-skattelykonge-er-gemt-i-et-virvar-af-betalt-ros-paa-google/>
- Antoniou, A., Arena, A., Cole, M. D., Etteldorf, C., Flynn, R., Kamina, P., Llorens, C., Lukyanov, R., Piolino, M., Ukrow, J., Wojciechowski, K., Woods, L., & Zeitzmann, S. (2021). *Transparency of media ownership. IRIS Special*. European Audiovisual Observatory. <https://rm.coe.int/iris-special-2021-02en-transparency-of-media-ownership/1680a57bfo>
- Arriaza Ibarra, K., & Nord, L. W. (2014). Public service media under pressure: Comparing government policies in Spain and Sweden 2006–2012. *Javnost - The Public*, 21(1), 71–84. <https://doi.org/10.1080/13183222.2014.11009140>
- Besley, T., & Prat, A. (2006). Handcuffs for the grabbing hand? Media capture and government accountability. *American Economic Review*, 96(3), 720–736. <https://doi.org/10.1257/aer.96.3.720>
- Benson, R. (2017). Can foundations solve the journalism crisis? *Journalism Studies*, 11(6), 1–19. <https://doi.org/10.1177/1464884917724612>
- Benson, R. (2018). Rethinking the sociology of media ownership. In L. Grindstaff, M.-C. M. Lo, & J. R. Hall (Eds.), *Routledge handbook of cultural sociology* (pp. 387–396). Routledge.
- Benson, R., Neff, T., & Hessérus, M. (2018). Media ownership and public service news: How strong are institutional logics? *The International Journal of Press/Politics*, 23(3), 275–298. <https://doi.org/10.1177/1940161218782740>
- Bjørn Høi Jensen ny bestyrelsesformand i CEPOS. (2012, 24 de abril). Altinget. <https://www.alinget.dk/navnenyt/bjoern-hoei-jensen-ny-bestyrelsesformand-i-cepos>
- Blach-Ørsten, M., Burkal, R., Mayerhöffer, E., & Willig, I. (2021). Denmark: High media independence and informal democratic traditions in the newsroom. In J. Trappel & T. Tomaz (Eds.), *The Media for Democracy Monitor 2021: How leading news media survive digital transformation* (pp. 147–176). Nordicom.
- Blach-Ørsten, M., & Lund, A. B. (2015). *Troværdig journalistik: Et spørgsmål om etik og nøjathed*. Samfundslitteratur.
- Blach-Ørsten, M., & Mayerhöffer, E. (2021). Det politiske informationslandskab i Danmark 2.0. *Politica*, 53(2), 99–124. <https://doi.org/10.7146/politica.v53i2.130381>

- Brems, M. K. (2023). From stark opposition to partial adaption: How 12 Danish alternative media construct and position themselves vis-à-vis the media-and political mainstream. *Journalistica*, 17(1), 141–165. <https://doi.org/10.7146/journalistica.v17i1.134823>
- Brüggemann, M., Engesser, S., Büchel, F., Humprecht, E., & Castro, L. (2014). Hallin and Mancini revisited: Four empirical types of Western media systems. *Journal of Communication*, 64(6), 1037–1065.
- Brügger, M. (2021, 22 de novembro). *Luxemburg tur/retur*. Fri Mads. <https://frihedsbrevet.dk/fri-mads-26-luxembourg-tur-retur/>
- Dodman, B. (2023, 11 de julho). *France's Murdoch? Right-wing media swoop threatens 'pillar of French democracy'*. France 24. <https://www.france24.com/en/france/20230711-france-s-murdoch-right-wing-media-swoop-threatens-pillar-of-french-democracy>
- Doyle, G. (2015). Why ownership pluralism still matters in a multi-platform world. In P. Valcke, M. Sükösd, & R. G. Picard (Eds.), *Media pluralism and diversity: Concepts, risks and global trends* (pp. 297–309). Palgrave Macmillan.
- Dragomir, M., & Aslama Horowitz, M. (2021). Media capture and its contexts: Developing a comparative framework for public service media. In M. Túnñez-López, F. Campos-Freire, & M. Rodríguez-Castro (Eds.), *The values of public service media in the internet society* (pp. 217–246). Palgrave Macmillan.
- Esmark, A., & Ørsten, M. (2008). Media and politics in Denmark. In J. Strömbäck, M. Ørsten, & T. Aalberg (Eds.), *Communicating politics: Political communication in the Nordic countries* (pp. 25–43). Nordicom.
- Fernando, F., & Berkhout, M. R. (Eds.). (2022). *Unmasking control: A guide to beneficial ownership transparency*. International Monetary Fund.
- Figueira, A., & Costa e Silva, E. (2023). Transparency as a quality dimension: Media ownership and the challenges of (in)visibility. *Comunicação e Sociedade*, 44, e023021. [https://doi.org/10.17231/comsoc.44\(2023\).4708](https://doi.org/10.17231/comsoc.44(2023).4708)
- Friedberg, E. (2020, 28 de outubro). *Forældre flygtede fra nazisterne - Nu har Max selv pakket sin kuffert*. Netavisen Pio. <https://piopio.dk/foraeldrene-flygtede-fra-nazisterne-nu-har-max-selv-pakket-sin-kuffert>
- Gross, P., & Jakubowicz, K. (Eds.). (2012). *Media transformations in the post-communist world: Eastern Europe's tortured path to change*. Rowman & Littlefield.
- Hallin, D., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems*. Cambridge University Press.
- Hanitzsch, T., & Berganza, R. (2012). Explaining journalists' trust in public institutions across 20 countries: Media freedom, corruption, and ownership matter most. *Journal of Communication*, 62(5), 794–814. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01663.x>
- Hitchens, L. P. (1994). Media ownership and control: A European approach. *The Modern Law Review*, 57(4), 585–601.
- Holtz-Bacha, C. (2021). The kiss of death. Public service media under right-wing populist attack. *European Journal of Communication*, 36(3), 221–237. <https://doi.org/10.1177/0267323121991334>
- Humphreys, P. (1996). *Mass media and media policy in Western Europe* (Vol. 2). Manchester University Press.
- Humprecht, E. (2019). Ownership of news media. In T. Vos, V. Hanusch, D. Dimitrakopoulou, M. Geertsema-Sligh, & A. Sehl (Eds.), *The international encyclopedia of journalism studies* (pp. 1–20). Wiley-Blackwell.
- Humprecht, E., & Esser, F. (2018). Diversity in online news: On the importance of ownership types and media system types. *Journalism Studies*, 19(12), 1825–1847. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1308229>
- Humprecht, E., Herrero, L. C., Blassnig, C., Brüggemann, M., & Engesser, S. (2022). Media systems in the digital age: An empirical comparison of 30 countries. *Journal of Communication*, 72(2), 145–164. <https://doi.org/10.1093/joc/jqab054>

- Iyengar, S., Curran, J., Lund, A. B., Salovaara-Moring, I., Hahn, K. S., & Coen, S. (2010). Cross-national versus individual-level differences in political information: A media systems perspective. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 20(3), 291–309. <https://doi.org/10.1080/17457289.2010.490707>
- Kammer, A. (2017). Market structure and innovation policies in Denmark. In H. van Kranenburg (Ed.), *Innovation policies in the European news media industry: A comparative study* (pp. 37–47). Springer.
- Lange, R. (2023, 6 de novembro). *Eks-pressechef i Nye Borgerlige køber mediet Kontrast - Selskab med milliongæld skal afvikles*. Mediawatch. <https://mediawatch.dk/Medienyt/article16564458.ece>
- Lund, A. B. (1976). *Magten over Danmarks radio*. PubliMus.
- Lund, A. B. (2013). *Mangfoldighed i dansk dagspresse: Et publicistisk serviceeftersyn*. Center for Civilsamfunds-studier.
- Masullo, G. M., Curry, A. L., Whipple, K. N., & Murray, C. (2022). The story behind the story: Examining transparency about the journalistic process and news outlet credibility. *Journalism Practice*, 16(7), 1287–1305. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1870529>
- Mathiessen, P. (2023, 2 de dezembro). *Her er hans hemmelige pengemænd*. Ekstra Bladet. <https://ekstrabladet.dk/nyheder/samfund/her-er-hans-hemmelige-pengemaend/10046899>
- Mayerhöffer, E. (2021). How do Danish right-wing alternative media position themselves against the mainstream? Advancing the study of alternative media structure and content. *Journalism Studies*, 22(2), 119–136. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1814846>
- Meier, W. A., & Trappel, J. (2022). Media transparency: Comparing how leading news media balance the need for transparency with professional ethics. In J. Trappel & T. Tomaz (Eds.), *Success and failure in news media performance: Comparative analysis in the Media for Democracy Monitor 2021* (pp. 255–273). Nordicom.
- Neff, T., & Pickard, V. (2021). Funding democracy: Public media and democratic health in 33 countries. *The International Journal of Press/Politics*, 29(3), 601–627. <https://doi.org/10.1177/19401612211060255>
- Nielsen, K. (2017). Media capture in the digital age. In A. Schiffrin (Ed.), *In the service of power: Media capture and the threat to democracy* (pp. 33–41). Center for International Media Assistance.
- Neimanns, E. (2021). Welfare states, media ownership and attitudes towards redistribution. *Journal of European Public Policy*, 30(2), 234–253. <https://doi.org/10.1080/13501763.2021.1986117>
- Noam, E. M. (Ed.). (2016). *Who owns the world's media? Media concentration and ownership around the world*. Oxford University Press.
- Olesen, T. (2020). Media and politics: The Danish media system in transformation? In P. M. Christiansen, J. Elklit, & P. Nedergaard (Eds.), *The Oxford handbook of Danish politics* (pp. 417–432). Oxford University Press.
- Olsen, E. R. (2023, 3 de novembro). *Mediet Frihedsbrevet får nye millioner og nye investorer i jagt på sorte tal*. Watchmedier. <https://watchmedier.dk/nyheder/opkoeb/article16571137.ece>
- Rasmussen, C. S., Ahm, K., & Bollmann, A. T. (2022). *Monitorering af mediepluralisme i den digitale tidsalder: Anvendelse af medie pluralisme monitor i den Europæiske Union, Albanien, Montenegro, Den Nordmakedonske Republik, Serbien og Tyrkiet i året 2021. Landerapport: Danmark*. European University Institute.
- Schiffrin, A. (2018). Introduction to special issue on media capture. *Journalism*, 19(8), 1033–1042. <https://doi.org/10.1177/1464884917725167>
- Schiffrin, A. (Ed.). (2021). *Media capture: How money, digital platforms, and governments control the news*. Columbia University Press.
- Schmidt, S., & Sand, J. (2021, 20 de novembro). *Afsløring: Pengemand flytter Brüggers medie i skattely*. Ekstra Bladet. <https://ekstrabladet.dk/underholdning/dkkendte/afsloring-pengemand-flytter-bruggers-medie-i-skattely/8993385>

- Schnyder, G., Radl, M., Toth, F., Kucukuzun, M., Turnšek, T., Çelik, B., & Pajnik, M. (2024). Theorizing and mapping media ownership networks in authoritarian-populist contexts: A comparative analysis of Austria, Hungary, Slovenia, and Turkey. *Media, Culture & Society*, 46(1), 38–59. <https://doi.org/10.1177/01634437231179366>
- Schrøder, K. C., Blach-Ørsten, M., & Kæmgaard Eberholst, M. (2022). *Danskernes brug har nyhedsmedier, 2022*. Roskilde Universitet.
- Schrøder, K. C., Blach-Ørsten, M., & Kæmgaard Eberholst, M. (2023). *Danskernes brug har nyhedsmedier, 2023*. Roskilde Universitet.
- Schudson, M. (2020). The shortcomings of transparency for democracy. *American Behavioral Scientist*, 64(11), 1670–1678. <https://doi.org/10.1177/0002764220945347>
- Simonsen, S. (2023). *Monitoring media pluralism in the digital era: Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania, Montenegro, the Republic of North Macedonia, Serbia and Turkey in the year 2022. Country report: Denmark*. European University Institute.
- Sjøvaag, H., & Ohlsson, J. (2024). *Media ownership and journalism*. Oxford Research Encyclopedia of Communication. <https://oxfordre.com/communication/display/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-839>
- Shen, F. (2024, 10 de junho). *Baltimore Sun staffers protest after new owners begin publishing Fox45 stories in the newspaper*. BaltimoreBrew. <https://baltimorebrew.com/2024/06/10/baltimore-sun-staffers-protest-after-new-owners-begin-publishing-fox45-stories-in-the-newspaper/>
- Slots- og Kulturstyrelsen. (2014, 15 de julho). *Tilskudsmodtagere fra Innovationspuljen*. <https://slks.dk/omraader/medier/skrevne-medier-trykteweb/innovationspuljen/tilskudsmodtagere>
- Smith, R. C., Klimkiewicz, B., & Ostling, A. (2021). Media ownership transparency in Europe: Closing the gap between European aspiration and domestic reality. *European Journal of Communication*, 36(6), 547–562. <https://doi.org/10.1177/0267323121999523>
- Stetka, V. (2012). From multinationals to business tycoons: Media ownership and journalistic autonomy in Central and Eastern Europe. *The International Journal of Press/Politics*, 17(4), 433–456. <https://doi.org/10.1177/1940161212452449>
- Stiglitz, J. (2017). Toward a taxonomy of media capture. In A. Schiffrin (Ed.), *In the service of power: Media capture and the threat to democracy* (pp. 9–17). Center for International Media Assistance.
- Sørensen, J. (2024, 8 de fevereiro). *Hård kritik af mulig borgmesterkandidat: Lovprises i egen avis af sin bror*. TV 2 Syd. <https://www.tvsyd.dk/fredericia/haard-kritik-af-mulig-borgmesterkandidat-lovprises-i-egen-avis-af-sin-bror>
- Thomsen, S., Poulsen, T., Børsting, C., & Kuhn, J. (2018). Industrial foundations as long-term owners. *Corporate Governance: An International Review*, 26(3), 180–196. <https://doi.org/10.1111/corg.12236>
- Tomaz, T. (2024). Media ownership and control in Europe: A multidimensional approach. *European Journal of Communication*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/02673231241270994>
- Tunstall, J., & Palmer, M. (1991). *Media moguls*. Routledge.
- Willig, I., & Blach-Ørsten, M. (2017). *Media pluralism monitor 2016: Monitoring risks for media pluralism in EU and beyond. Country report: Denmark*. European University Institute.
- Willig, I., & Blach-Ørsten, M. (2022). Magtudredninger og medier: Den nye magtudredning. *Økonomi og Politik*, 95(3–4), 76–87.
- Willig, I., Blach-Ørsten, M., & Burkal, R. (2022). *Denmark: Country report 2022*. Euromedia Ownership Monitor. <https://media-ownership.eu/findings/countries/denmark/>

Wiseman, J. (2021, 8 de março). *'The Hungary model': How Poland copied illiberal tactics for weakening independent media*. International Press Institute. <https://ipi.media/the-hungary-model-how-poland-copied-illiberal-tactics-for-weakening-independent-media/>

NOTAS BIOGRÁFICAS

Mark Blach-Ørsten é professor de Jornalismo na Universidade de Roskilde. Os seus interesses de investigação centram-se em questões relacionadas com os média e a democracia, abrangendo temas como a comunicação política, a utilização dos média, a ética do jornalismo, os sistemas de média, o *lobbying*, a propriedade dos média, a cobertura eleitoral e a europeização.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6787-105X>

Email: oersten@ruc.dk

Morada: Universitetsvej 1, Postbox 260, 4000 Roskilde, Denmark

Ida Willig é professora e diretora de Humanidades na Universidade de Roskilde. A sua área de investigação é a sociologia dos média e tem publicado extensivamente sobre jornalismo, produção de notícias e *lobbying*.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2211-1740>

Email: idaw@ruc.dk

Morada: Universitetsvej 1, Postbox 260, 4000 Roskilde, Denmark

Mads Kæmsgaard Eberholst é professor de Jornalismo na Universidade de Roskilde. Os seus interesses de investigação incluem a utilização dos média, a propriedade dos média, a europeização e a cobertura eleitoral.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2272-8441>

Email: makaeb@ruc.dk

Morada: Universitetsvej 1, Postbox 260, 4000 Roskilde, Denmark

Rasmus Burkal é um investigador independente. O seu trabalho incide sobre o jornalismo e a credibilidade, as cartas ao editor, a cobertura eleitoral e a propriedade dos média.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-4991-2354>

Email: rasburkal@gmail.com

Submetido: 15/03/2024 | Aceite: 06/09/2024



Este trabalho encontra-se publicado com a Licença Internacional Creative Commons Atribuição 4.0.