



ENTIDADE REGULADORA  
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

# RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2016

*{Versão não editada graficamente nem alvo de revisão profissional de texto}*

**Ficha Técnica**

Título: Relatório de Regulação 2016

Edição: Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Av. 24 de Julho, 58 – 1200-869 Lisboa

Tel. 210 107 000

Fax 210 107 019

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

E-mail [info@erc.pt](mailto:info@erc.pt)

Supervisão geral: Conselho Regulador

Coordenadoras de áreas: Ana Teresa Esteves

Carla Martins

Celeste Grácio

Marta Carvalho

Tânia de Morais Soares

Vanda Cruz

Lisboa, julho de 2017

# ÍNDICE

• Apresentação do Relatório	
• Sumário Executivo	<b>3</b>
• A ERC em 2016 – Números mais significativos	<b>53</b>
• Deliberações do Conselho Regulador	<b>54</b>
• Iniciativas de regulação iniciadas ou finalizadas em 2016	<b>58</b>
• Aplicação do artigo 27º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido	<b>63</b>
• Proposta da Comissão Europeia para revisão da Diretiva «SCSA»	<b>68</b>
• Direito de Acesso	<b>76</b>
• Pareceres Legislativos	<b>80</b>
• Direito de resposta e de retificação	<b>87</b>
• Análise Económico-Financeira do Setor de Media 2016	<b>93</b>
• Transparência dos Media. Titularidade, Gestão e Meios de Financiamento	<b>159</b>
• Literacia para os Media – Plano de ação da ERC	<b>189</b>
• Media e Género – Promoção da igualdade entre homens e mulheres e o combate aos estereótipos de género – Plano de ação da ERC	<b>201</b>
• <u>Os Meios:</u>	
– A regulação dos Media Digitais	<b>206</b>
– Oferta e Consumos de Media	<b>214</b>
– Investimento Publicitário: A evolução do mercado nos últimos 10 anos	<b>241</b>
– Publicidade institucional do Estado	<b>252</b>
– Registos dos meios e órgãos de comunicação social	<b>263</b>
– Sondagens e Estudos de Opinião	<b>277</b>
• <u>Radiodifusão Sonora:</u>	
– Pluralismo e diversidade no Serviço Público de Radiodifusão Sonora	
○ Análise da Programação – Antena 1, Antena 2 e Antena 3	<b>313</b>
– Títulos habilitadores para o Exercício de Radiodifusão	<b>376</b>
– Atividade de fiscalização das rádios locais no ano de 2016	<b>384</b>
– Quotas da música portuguesa	<b>388</b>
– Quotas de música em Língua Portuguesa – Serviço Público	<b>406</b>

• <u>Televisão:</u>	
– Pluralismo e Diversidade nos Serviços de Programas Televisivos:	
○ Análise da Programação - RTP1, RTP2, SIC,TVI e RTP3	<b>413</b>
○ Análise da Informação Diária - RTP1, RTP2, SIC e TVI	<b>528</b>
– Anúncio da Programação	<b>626</b>
– Publicidade televisiva	<b>634</b>
– Acessibilidade nos serviços de programas televisivos	<b>640</b>
– Níveis de Volume sonoro nas emissões dos serviços de programas televisivos	<b>669</b>
– Difusão de obras audiovisuais: defesa da língua portuguesa	<b>674</b>
– Difusão obras audiovisuais: Produção europeia e independente	<b>684</b>
– O Mercado Audiovisual Português	<b>697</b>



### O Nome da Prosa

Este relatório de regulação refere-se ao ano da morte de Umberto Eco.

O grande semiólogo italiano deixou-nos em 2016 mas legou-nos um livro póstumo cujo título é uma misteriosa frase de A Divina Comédia: «Pape Satàn Aleppo».

Os especialistas não se entendem sobre o significado da expressão que não terá, sequer, uma tradução possível para qualquer língua conhecida. É, apenas, uma interjeição dantesca feita por alguém no círculo do Inferno.

A versão portuguesa do livro mantém, porém, uma série de palavras no latim original ou no italiano corrente, provando assim que as línguas do sul da Europa falam entre si e dispensam tradutor. Diz-se, por exemplo, no posfácio que as crónicas foram publicadas no semanário italiano l'Espresso sob o título genérico de «La Bustina di Minerva» - que em português se poderia chamar «A Caixa de Minerva» - mas quando se trata de traduzir as referências de Umberto Eco aos grotescos *reality shows* contemporâneos não se fala do «Grande Fratello» como o autor sempre fez, mas opta-se pela versão britânica da orwelliana expressão: Big Brother, naturalmente!...

Podem parecer despropositadas estas notas sobre um livro póstumo de Umberto Eco na apresentação do último Relatório do Conselho Regulador a que presido mas, desde os «Apocalípticos e Integrados», considero o autor de «A Obra Aberta» como o filósofo que melhor explica o sistema mediático e a respetiva agenda.

Eco tanto foi capaz de inventar um celeberrimo romance policial («O Nome da Rosa») passado na Idade Média como soube discorrer sobre «Kant e o Ornitorrinco» ou escrever uma simples novela intitulada «Número Zero» sobre a criação de um jornal que nunca chegou a sair mas que nos antecipa a Itália berlusconiana já quase esquecida.

Este Relatório de Regulação da nossa paisagem mediática sistematiza um ano em que a vedeta das televisões foi o improvável Pedro Dias que depois de alegadamente assassinar um GNR e um casal andou vários dias fugido à perseguição policial, acabando por entregar-se em direto na televisão pública. Quanto ao resto, foi um ano de futebol (jogado, falado, caseiro e europeu); foi um ano de política alargada no seu novo arco de governação alargado à esquerda e de um *selfie* presidencialismo afetivo em todo o terreno e todas as televisões todos os dias

da semana; 2016 foi um ano de referências várias à ordem interna com alguma conflitualidade artificial, mas menos críspação e pouca agenda internacional.

E foi pena porque foi o ano da chegada de Trump à Casa Branca e do Brexit do Reino Unido. Houve menos refugiados nas notícias, mas eles continuaram a chegar em larga escala às costas europeias. Foi também o ano da grande passagem ao digital e de alguns naufrágios analógicos.

Neste relatório há novos capítulos dedicados à Transparência dos Grupos de Media, à Literacia para os Media, à questão do Género nos Media e à Regulação dos Meios Digitais. Será possível encontrar capítulos mais técnicos sobre fiscalização das rádios no terreno ou sobre os níveis do volume sonoro. Novidades que se destacam também com uma abordagem mais detalhada da situação económico-financeira dos grupos e da revisão da Diretiva Europeia AVMS.

Este foi ainda o ano em que alguns regulados revelaram uma certa falta de humildade no reconhecimento de erros jornalísticos, respondendo com os milhões das suas audiências às queixas de centenas de cidadãos, mas como perguntava Umberto Eco numa crónica já muito antiga: «será que o público faz mal à televisão?».

Não cabe ao Regulador responder a esta questão onde se invertem os malefícios da televisão sobre os públicos. Acho que a resposta deve ser dada pela serenidade de quem passou pela Entidade Reguladora mais tempo do que estava previsto. Escrevo esta apresentação hoje, quando o Parlamento adia novamente a eleição do novo Conselho Regulador. E escrevo estas notas soltas na apresentação do nosso relatório de 2016 relendo Umberto Eco num livro póstumo. E citando os títulos dos capítulos em que ele dividiu as suas crónicas ao longo de quase duas décadas:

A Sociedade Líquida

A Passo de Caranguejo

Os velhos e os Jovens

Online

Sobre os Telemóveis

Sobre as Conspirações

Sobre os mass media

Várias formas de racismo

Sobre o ódio e a morte

Entre religião e filosofia

Sobre os livros e outras coisas

A Quarta Roma

Da estupidez à loucura.

Reconheço que os títulos do livro de Umberto Eco são bem mais sugestivos do que este relatório de regulação. Mas podem ler-se em paralelo. Eu experimentei e não resisto a confessar que parei na página 137 da edição portuguesa do livro de Umberto Eco, na crónica «ÚLTI MASNO TÍCIAS». Assim mesmo. «ÚLTI MASNO TÍCIAS». Foi escrita em 2003, mas pode ser lida como se tivesse sido em 2016. Ou hoje mesmo.

Carlos Magno



## SUMÁRIO EXECUTIVO

Os Estatutos da ERC (art.º 24.º, n.º 2, alínea d)) determinam que compete ao Conselho Regulador, no exercício das suas funções de definição e condução de atividades da ERC, «elaborar anualmente um **relatório sobre a situação das atividades de comunicação social e sobre a sua atividade de regulação e supervisão e proceder à sua divulgação pública**». Entre os objetivos da regulação a cargo da ERC, tal como enunciados no artigo 7.º dos seus Estatutos, avultam a salvaguarda do pluralismo na comunicação social e a proteção dos destinatários dos serviços de conteúdos, enquanto pessoas, cidadãos e consumidores.

Como princípio orientador dos objetivos de regulação e das atribuições fixadas nos artigos 7.º e 8.º, destaca-se, no vasto elenco **de competências de regulação e supervisão cometidas ao Conselho Regulador**, a verificação do cumprimento, por parte dos operadores de televisão, «dos fins genéricos e específicos» da atividade televisiva, «bem como das obrigações fixadas nas respetivas licenças ou autorizações»: art.º 24.º, n.º 3, alínea i), dos Estatutos da ERC. A par dela, incumbe igualmente ao Conselho Regulador «fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos difundidos pelas entidades que prosseguem atividades de comunicação social, designadamente em matéria de **rigor informativo e de proteção dos direitos, liberdades e garantias pessoais**» (art.º 24.º, n.º 3, alínea a)).

Idênticas funções, com as necessárias adaptações, encontram-se consagradas relativamente à **atividade de radiodifusão**, cabendo à ERC assegurar a prossecução, por parte dos operadores, dos fins consagrados no artigo 9.º da Lei da Rádio, mediante a verificação do respeito pelo projeto aprovado e cumprimento das obrigações que impendem sobre os operadores, designadamente a inclusão na programação musical de uma quota mínima preenchida com música portuguesa. À semelhança do verificado para a televisão, também na rádio se incumbe o operador de serviço público de assegurar «uma programação de referência, inovadora e com elevados padrões de qualidade», garantindo a emissão de uma percentagem mínima de 60% de música portuguesa.

Algo de semelhante se verifica relativamente ao setor das **publicações periódicas**, onde idênticas preocupações relevam, de forma explícita, do enunciado do artigo 3.º da Lei de Imprensa [Lei n.º 2/99, de 13 de Janeiro]. Mais transversalmente, vários dos deveres ético-jurídicos plasmados no artigo 14.º do Estatuto do Jornalista refletem a existência de outros valores relevantes.

Em concretização do preceito constitucional (art.º 38.º CRP), os Estatutos da ERC desenvolvem as competências do Conselho Regulador, sendo de destacar, em matéria de **direito de resposta e de retificação**, as previstas no artigo 8.º, alínea f), artigo 24.º, n.º 3, alínea j), artigo 59.º e artigo 72.º, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro, em conjugação com os artigos 2.º, n.º 2, alínea c) e 24.º a 27.º da Lei de Imprensa, aprovada pela Lei n.º 2/99, de 13 de Janeiro, na versão dada pela Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho.

Constitui também competência da ERC, de acordo com o artigo 24.º, alínea z) dos seus Estatutos, «zelar pelo rigor e isenção das **sondagens e inquéritos de opinião**». Por seu turno, a Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho [Lei das Sondagens], define as atribuições e competências cometidas à ERC nessa matéria, as quais abrangem a credenciação das empresas que realizam sondagens e inquéritos de opinião nos termos previstos na Lei das Sondagens, os depósitos, o modelo de ficha técnica, a publicação e divulgação e a apreciação de queixas relativas a sondagens ou inquéritos de opinião publicamente divulgados que invoquem eventuais violações do disposto na Lei.

O Relatório de Regulação corresponde, por isso, ao **cumprimento de um mandato confiado à ERC**. Nesse sentido, os dados que a seguir se apresentam dão seguimento e aprofundam o trabalho de supervisão e regulação iniciado em 2006 e prosseguido em 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015 e 2016.

Dada a extensão das matérias abordadas no Relatório e correspondendo a uma solicitação da **Comissão de Ética, Sociedade e Cultura da Assembleia da República**, por ocasião da apresentação e discussão do Relatório de Regulação de 2007, expõem-se neste Sumário Executivo **os dados mais significativos** relativos aos diversos sectores da comunicação social, os quais **são desenvolvidos e aprofundados nos volumes que integram o Relatório de Regulação 2016**.

#### A ERC EM 2016 - NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

São os seguintes os números mais relevantes sobre a atividade da ERC em 2016:

**281** Deliberações

**49** Reuniões do Conselho Regulador

**1** Audição do Conselho Regulador na Comissão Parlamentar de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto

**1** Reunião do Conselho Consultivo

E ainda:

**8017** Entradas

**2 031** Processos abertos

**64** Recursos humanos

**55 104,70** Euros investidos em estudos/pareceres realizados por entidades externas (universidades e outras entidades especializadas)

**4** Publicações:

- Relatório de Regulação 2015
- Relatório de Atividades e Contas 2015
- Relatório de Acompanhamento da Observância do Princípio do Pluralismo Político – Informação Televisiva Diária e Não-Diária, RTP1, RTP2, SIC, TVI, RTP Informação/3, RTP Açores e RTP Madeira - 2015
- Estudo As Novas Dinâmicas do Consumo Audiovisual em Portugal

Outros dados em 2016:

**2 127 172,87** Euros de montante cobrado líquido referente à taxa de regulação e supervisão

**83 398,85** Euros investidos em sistemas de informação

#### DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR

Em 2016, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social cumpriu 10 anos de atividade. A atividade deliberativa da ERC, no acumulado dos 10 anos, saldou-se na produção de 3.027 deliberações. As restantes situações analisadas pelos serviços da ERC foram concluídas com um esclarecimento sob a forma de informação ou com a comunicação da decisão de arquivamento.

A maior fatia das deliberações adotadas em 2016 disse respeito a situações verificadas nos serviços de programas televisivos. Refira-se que a Entidade Reguladora para a Comunicação Social rececionou nesse período a entrada de 1.079 participações relativas a serviços de programas com estas características.

Os três serviços de programas televisivos mais visados nas participações apresentadas na ERC foram a SIC (com 284 queixas), a RTP1 (280 queixas) e a TVI (194 queixas). Seguiram-se os serviços de programas televisivos de acesso não condicionado com assinatura Panda Biggs (com 121 queixas,) o Correio da Manhã TV (com 63 queixas) e a Sporting TV (com 35 queixas).

Em 2016, 30,91% das pronúncias da Entidade, sob a forma de deliberação, visaram publicações escritas e incidiram sobretudo sobre o teor dos conteúdos jornalísticos publicados, o dever jornalístico de informar com rigor e o exercício dos direitos de resposta e de retificação.

Neste período sobressaem também a quantidade de decisões tomadas por parte do Regulador no que respeita a processos contraordenacionais abertos contra empresas detentoras de meios de comunicação social. Nesse ano, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social deliberou a aplicação de 8 coimas, no valor global de 133 467,53 €.

Na atividade deliberativa do regulador, continuou a sobressair a pronúncia sobre situações em que estavam em causa as regras do pluralismo nos meios (11), o respeito dos princípios e limites legais aos conteúdos publicitários (9), os direitos dos jornalistas (8) e o cumprimento da lei na divulgação de Sondagens e de Inquéritos de Opinião (19).

Nesta fase, a ERC emitiu também pareceres prévios a solicitações dirigidas pela ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações, no domínio da rádio, e sobre iniciativas legislativas relativas à sua esfera de atribuições, que obrigatoriamente lhe são submetidas pela Assembleia da República ou pelo Governo. A Entidade pronunciou-se igualmente sobre nomeações e destituição de diretores e diretores adjuntos de órgãos de meios de comunicação social pertencentes ao estado.

A ERC concluiu o ano com o registo de 281 deliberações adotadas.

#### INICIATIVAS DE REGULAÇÃO (PROPOSTAS, PROJETOS, CONFERÊNCIAS E PROTOCOLOS)

**Proteção de Menores – Critérios para avaliação do incumprimento dos n.ºs 3 e 4 do art.º 27º da Lei da Televisão e dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual** - O Conselho Regulador da ERC aprovou, a 22 de novembro de 2016, a [Deliberação ERC/2016/249 \[OUT-TV\]](#) sobre os critérios para a avaliação do incumprimento do disposto nos n.ºs 3 e 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão, que visam a proteção dos públicos mais sensíveis, em particular crianças e adolescentes. Este documento sistematiza o entendimento da ERC sobre as temáticas relacionadas com a proteção dos menores, densificando conceitos plasmados na lei da televisão, entre eles, os de violência gratuita e pornografia.

A Entidade considera que a publicitação destes critérios contribui para a clarificação da posição do regulador sobre esta matéria e sensibiliza os operadores de televisão para a salvaguarda destes públicos.

**ERC aprova Diretiva sobre a variação do volume de som nos intervalos publicitários das televisões** - A ERC, preocupada com o incómodo gerado pela inconsistência dos níveis sonoros junto dos espetadores, aprovou, no dia 23 de fevereiro de 2016, a [Diretiva 2016/1](#) sobre os parâmetros técnicos de avaliação da variação do volume sonoro na difusão de publicidade nas emissões televisivas.

Esta diretiva é aplicável a todos os operadores de televisão e distribuição sob jurisdição portuguesa, e visa normalizar a intensidade sonora nas emissões televisivas de forma a assegurar que os níveis de sensação auditiva confortáveis ao telespectador são respeitados, quer durante os intervalos publicitários, quer durante a restante programação.

**ERC define obrigações das emissões televisivas para acompanhamento por pessoas com necessidades especiais** - O Conselho Regulador da ERC aprovou, a 30 de novembro de 2016, após audição dos operadores de televisão, dos operadores de serviços audiovisuais a pedido e das associações representativas das pessoas com deficiência, o Plano Plurianual de obrigações que permitem o acompanhamento das emissões televisivas por pessoas com necessidades especiais, nomeadamente através do recurso à legendagem, à interpretação por meio de língua gestual, à audiodescrição ou a outras técnicas que se revelem adequadas, bem como à disponibilização de menus de navegação facilmente compreensíveis.

O Plano Plurianual aplica-se ao período de 1 de fevereiro de 2017 a 31 de dezembro de 2020.

**ERC ratifica acordo de autorregulação respeitante à definição de valor comercial significativo para efeitos da distinção entre ajuda à produção e colocação de produto** - A ERC ratificou, no dia 6 de setembro de 2016, o acordo de autorregulação, celebrado a 31 de março de 2016, entre operadores de serviços de programas televisivos e de serviços audiovisuais a pedidos sujeitos à ordem jurídica portuguesa, sobre o que se deve entender por “valor comercial significativo”, para efeitos da distinção entre ajuda à produção e colocação de produto. O acordo entrou em vigor, no prazo de 30 dias, após a notificação da ratificação pela ERC.

**Plataforma Digital da Transparência fica online** - A ERC lançou, a 11 de abril 2016, a Plataforma Digital da Transparência, no endereço <https://transparencia.erc.pt>, que visa permitir o cumprimento, de forma cómoda e eficiente, das exigências da Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, que regula a promoção da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social.

Através desta Plataforma, todos os regulados devem comunicar à ERC a relação dos titulares por conta própria ou por conta de outrem, e usufrutuários de participações no capital social das entidades que prosseguem atividades de comunicação social, juntamente com a composição dos seus órgãos sociais e a identificação do responsável pela orientação editorial e supervisão dos conteúdos.

As entidades obrigadas a ter contabilidade organizada devem ainda comunicar informação relativa aos principais fluxos financeiros e as sociedades devem elaborar um relatório anual sobre as estruturas e práticas de governo societário por si adotadas.

**ERC lança Plataforma Digital da Publicidade do Estado** - A ERC tem por competência, nos termos do disposto nos números 1 e 2 do artigo 10.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, verificar e fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e transparência previstos sobre as campanhas de publicidade institucional do Estado e, ainda, o dever de aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional em cada campanha.

A Entidade lançou assim, no dia 1 de setembro de 2016, a Plataforma Digital da Publicidade Institucional do Estado, no endereço <http://pie.erc.pt>, visando permitir o cumprimento das exigências da citada Lei. Através desta Plataforma, os serviços da administração direta do Estado, os institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial devem comunicar a aquisição de espaço publicitário para a realização de campanhas de publicidade institucional do Estado.

A informação apurada pela ERC, em matéria de adjudicações das campanhas de publicidade institucional do Estado ERC é disponibilizada mensalmente, no [site](#) da Entidade.

**ERC mantém reuniões regulares com entidades estrangeiras congéneres** - No ano em análise, a ERC continuou a reforçar as ações de intercâmbio e de colaboração com entidades congéneres



estrangeiras. Neste âmbito, sobressai a condução de uma ação de formação na Autoridade Reguladora da Comunicação de Cabo Verde com o propósito de capacitar os técnicos deste órgão para a realização da monitorização da cobertura jornalística na informação diária e não diária pelos órgãos de comunicação social de serviço público.

Igualmente destaca-se o acolhimento, na sua sede, a uma delegação da Coreia do Sul, composta por representantes do Korea Information Society Development Institute, Korea Communications Commission, Korea Broadcast Advertising Corporation e Kantar Public, interessada em analisar a questão do pluralismo e diversidade nos *media* e de se inteirar sobre o panorama mediático português e o papel e funcionamento do regulador. A Entidade recebeu também nas suas instalações uma delegação do regulador Moldavo (Consiliul Coordonator al Audiovizualului). O propósito deste encontro foi estreitar as relações institucionais de cooperação e troca de informações já existentes entre as duas entidades, no quadro da rede de Rede de Instâncias de Reguladores Mediterrânicos.

Quanto à participação nas plataformas internacionais de regulação do audiovisual das quais a ERC é membro, realça-se a representação na 6ª reunião plenária do European Regulators Group for Audiovisual Media Services - ERGA que decorreu a 29 de novembro, em Bruxelas. No seu âmbito, foi aprovada a continuação do Regulador Holandês (Commissariaat voor de Media) na Presidência, por mais um ano e analisadas matérias como a Proteção de Menores, as Acessibilidades e o estado da arte do processo de revisão da Diretiva 2010/13/UE.

Refira-se também que a ERC acolheu, no Porto, de 24 a 26 de fevereiro, uma reunião da Conferência Ibérica de Conselhos Audiovisuais (CICA), com a participação da Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, Consejo Audiovisual de Andalucía, Consejo del Audiovisual de Cataluña, e com o observador convidado, Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle de Marrocos, em que se discutiram matérias como o alcance das línguas ibéricas no digital, o mercado publicitário português e espanhol, os modelos de financiamento das televisões públicas nos dois países e o pluralismo nos *media* nos períodos eleitorais. A 23 de setembro, a Entidade integrou a reunião plenária da CICA, na qual se discutiu a revisão da Diretiva dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual, a violência de género nos meios de comunicação social, o serviço público de televisão e as relações da CICA com a América Latina.

A ERC integrou também, entre os dias 17 e 18 de novembro, a 18ª reunião da Rede de Reguladores do Mediterrâneo. No âmbito desse encontro, a ERC fez uma apresentação sobre a regulação dos media e saúde mental em que deu a conhecer a atividade regulatória desenvolvida pela Entidade, neste domínio, desde 2013. A ERC assegurou também uma apresentação dos resultados preliminares do trabalho por si desenvolvido no âmbito do Grupo de Trabalho para a Igualdade de Género da Rede de Reguladores do Mediterrâneo.

Em 2016, a ERC participou igualmente no [V Encontro](#) da Plataforma das Entidades Reguladoras da Comunicação Social dos Países e Territórios de Língua Portuguesa – PER que decorreu, em Bissau, entre os dias 22 e 27 de outubro, sob o tema "A Regulação editorial no *online*". A ERC fez-se também representar na 43ª e 44ª reuniões da Plataforma Europeia de Entidades Reguladoras ([EPRA](#)), que decorreram entre 26-27 de maio e 20-21 de outubro, em Barcelona e em Yerevan. Nestes encontros analisou-se o papel do Regulador em tempo de crise dos media, a relação entre conteúdos editoriais/publicitários, as plataformas audiovisuais, a proteção de menores e a televisão em sinal aberto.

**ERC assina protocolo que permitirá alargar alcance do seu programa de literacia mediática - A ERC assinou, a 19 de maio, um [protocolo](#) de colaboração com a Associação EPIS – Empresários pela Inclusão Social, com vista a promover a inclusão social dos jovens em Portugal através da exploração das sinergias naturais entre as duas instituições na área da Educação.**



Nos termos deste Protocolo, a ERC propõe-se implementar o seu programa de literacia mediática a partir do ano letivo de 2016/2017, em escolas parceiras da EPIS a identificar, tendo por alvo prioritário os alunos do 3.º Ciclo acompanhados pelo programa “Mediadores para o sucesso escolar”. A ERC compromete-se igualmente a oferecer um estágio profissional até 2 alunos universitários/ano preferencialmente nas áreas de supervisão de meios e de análise de media da Entidade e a desenvolver uma regular troca de informações com a EPIS. O protocolo tem a validade de 3 anos.

**ERC produz estudo “As Novas Dinâmicas do Consumo Audiovisual em Portugal”** - O ano 2016, fica também assinalado pelo reforço da produção editorial da ERC com a apresentação pública do [Estudo “As Novas Dinâmicas do Consumo Audiovisual em Portugal”](#), no dia 16 de maio, no Auditório 1, da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, em Lisboa.

Este trabalho, desenvolvido em parceria com investigadores do Centro de Estudos de Comunicação e Cultura da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa e especialistas da GfK Portugal, corresponde à 2.ª edição do projeto da ERC «Públicos e Consumos de Media», e apresenta como uma das principais conclusões o facto de a televisão continuar a ser a «rainha» do ecossistema mediático e o meio mais transversal a toda a sociedade.

O estudo salienta, entre outros aspetos, que 99% dos inquiridos veem televisão de forma regular, sobretudo no lar, enquanto 60,5% utilizam frequentemente a internet; 68,2% acedem com regularidade a jornais e revistas; e 73% têm por hábito a escuta de rádio.

No consumo televisivo, o estudo revela que os portugueses preferem programas de «informação» e «telenovelas», «filmes» e «séries» e que mais de 86% não utilizam o aparelho de televisão para outro fim além do visionamento televisivo.

#### **APLICAÇÃO DO ARTIGO 27.º DA LEI DA TELEVISÃO E DOS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO**

Atendendo às competências atribuídas à ERC das quais se destaca a «obrigação de assegurar a proteção dos públicos mais sensíveis, tais como menores, relativamente a conteúdos e serviços suscetíveis de prejudicar o respetivo desenvolvimento», (cfr. alínea c) do artigo 7.º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei 53/2005, de 8 de novembro) e ainda atendendo ao disposto no n.º 9 do artigo 27.º da Lei da Televisão, o Conselho Regulador, durante o ano de 2016, aprovou os critérios para avaliação do incumprimento do disposto nos n.ºs 3 e 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão.

Para além disso, proferiu, em 2016, 19 (dezanove) deliberações em que foram tratados, como problemática central, os limites à liberdade de programação, dentro do quadro legal enunciado no presente capítulo.

O serviço de programas interveniente em maior número de procedimentos foi a TVI, visado em 42,1% dos procedimentos finalizados em 2016. Os restantes serviços de programas alvos de queixas são, respetivamente: SIC Radical [21,1%], SIC e CMTV [cada um com 10,5%], e, por último, Canal Q, Porto Canal e RTP [cada um com 5,3%]. Verifica-se assim que os serviços de programas generalistas deram origem a mais deliberações do Regulador do que os serviços de programas temáticos, apesar de a SIC Radical ter sido o segundo serviço de programas a participar em mais procedimentos.

Quanto à origem dos procedimentos relativos à violação do artigo 27.º da Lei da Televisão, a maioria partiu da iniciativa de particulares. No entanto, houve uma participação de um

eurodeputado e uma participação da Presidente da Direção da Associação Portuguesa para as Perturbações do Desenvolvimento e Autismo do Douro.

A maior parte dos processos instaurados teve origem numa única participação. Contudo, os procedimentos relativos às «Touradas» e «A vida nas cartas – o dilema» foram os que tiveram mais participações (com 242 e 230 participações, respetivamente), seguidos dos programas «Desafio Final 3» e «Jornal Diário» (com seis e cinco participações, respetivamente) e «A Única Mulher» e «O que acontece em Kavos fica em Kavos» (com duas participações cada).

O Conselho Regulador concluiu pela violação do artigo 27.º da Lei da Televisão em 47,4% dos casos, procedendo ao arquivamento do processo em 52,6% dos casos. Nos processos em que foi verificada a violação do artigo 27.º, o Conselho Regulador deliberou sensibilizar os operadores a adotar uma conduta consentânea com a ética de antena e a eleger horários mais adequados para a transmissão de certos conteúdos em 21,1% dos casos, a instar ao cumprimento dos artigos 34.º e 27.º da Lei da Televisão em 10,5%, aplicou coimas em 10,5% e decidiu abrir procedimento contraordenacional em 5,3% dos casos.

#### PROPOSTA DA COMISSÃO EUROPEIA PARA REVISÃO DA DIRETIVA «SCSA»

Concluindo um longo processo de consultas e avaliações, a Comissão Europeia divulgou em 25 de Maio de 2016 a sua proposta de alteração<sup>1</sup> à Diretiva ‘Serviços de Comunicação Social Audiovisual’<sup>2</sup>, por forma a procurar adaptá-la às alterações em curso no sector. Trata-se de uma iniciativa estreitamente associada à denominada Estratégia para o Mercado Único Digital na Europa<sup>3</sup>, e que representa o ponto de partida de um processo legislativo tendente à modificação de um importante instrumento de direito derivado da União Europeia, com evidentes implicações nos ordenamentos jurídicos internos de cada Estado-Membro, e seus respetivos mercados.

As observações constantes no presente capítulo condensam o resultado da análise então internamente levada a cabo pela ERC, no ano de 2016, quanto à referida proposta, e circunscrita a esta. De facto, tal análise não contempla as numerosas alterações entretanto sugeridas a esta iniciativa por parte do Parlamento Europeu<sup>4</sup> e do Conselho da União Europeia<sup>5</sup>, uma vez que umas e outras apenas foram corporizadas em Maio do ano em curso, escapando, assim, ao âmbito temporal a que se circunscreve o presente Relatório de Regulação.

#### DIREITO DE ACESSO

O direito de acesso dos jornalistas e o respetivo exercício encontra-se reconhecido na alínea b) do artigo 22.º da Lei de Imprensa, tendo o seu conteúdo e extensão definidos nos artigos 9.º e 10.º do Estatuto do Jornalista, disposições que emanam do n.º 1 do artigo 37.º e alínea b) do n.º 2 do artigo 38.º da Constituição da República Portuguesa. Beneficiando do seu enquadramento no conjunto dos direitos, liberdades e garantias consagrados no texto constitucional, as normas

<sup>1</sup> Doc. COM (2016) 287 final, de 25 de Maio de 2016.

<sup>2</sup> Diretiva 2010/13/UE do Parlamento Europeu e do Conselho de 10 de Março de 2010, relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros respeitantes à oferta de serviços de comunicação social audiovisual (Diretiva «Serviços de comunicação Social Audiovisual»).

<sup>3</sup> Doc. COM (2015) 192 final, de 6 de Maio de 2015.

<sup>4</sup> Cfr. o Projeto de Relatório da Comissão Cultura e Educação do Parlamento Europeu, de 5 de Setembro de 2016 (2016/0151 (COD)), e o Relatório do Parlamento Europeu, de 10 de Maio de 2017 (A8-0192/2017), disponíveis em <http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2016/0151%28COD%29&l=en>.

<sup>5</sup> Cfr. a orientação geral obtida quanto à proposta em sede do Conselho, vertida no Doc. 9691/17, de 24 de Maio de 2017, disponível em <http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-9691-2017-INIT/pt/pdf>.

constitucionais que enformam o direito de acesso gozam da proteção conferida a esse conjunto de direitos fundamentais, pelo que são diretamente aplicáveis e vinculam todas as entidades públicas e privadas.

O exercício do direito de acesso permite, em larga medida, garantir o direito a informar e o acesso dos jornalistas a fontes de informação, procurando criar condições de igualdade entre os jornalistas na busca da informação, minimizando as limitações ou impedimentos que possam ser colocados ao exercício legítimo da atividade jornalística.

A intervenção do regulador dos media na garantia do efetivo exercício do direito de acesso ocorre quase sempre quando é solicitada e não por iniciativa própria. Na verdade, o legislador optou por atribuir ao regulador um papel de mediador ou de árbitro que intervém quando existe um desacordo entre os organizadores de eventos ou detentores de direitos de propriedade. Infelizmente, na grande maioria dos casos, a ERC é chamada a intervir, geralmente pelos próprios jornalistas, quando o evento já se encontra temporalmente muito próximo, o que impede que as diligências enquanto árbitro possam processar-se em tempo útil, nomeadamente com a aprovação de deliberação vinculativa dirigida aos organizadores do evento.

Daqui decorre que, ainda na maioria dos casos, a ERC se limita a verificar a existência de indícios de violação das regras que visam garantir o direito de acesso dos jornalistas, enviando os factos ao conhecimento do Ministério Público, uma vez que, de acordo com o disposto no n.º 1 do artigo 19.º do Estatuto do Jornalista, «quem, com o intuito de atentar contra a liberdade de informação, apreender ou danificar quaisquer materiais necessários ao exercício da atividade jornalística pelos possuidores dos títulos previstos na presente lei ou impedir a entrada ou permanência em locais públicos para fins de cobertura informativa nos termos do artigo 9.º e dos n.ºs 1, 2 e 3 do artigo 10.º, é punido com prisão até 1 ano ou com multa até 120 dias».

Os diferendos em matéria de direito de acesso ocorrem com alguma frequência, embora tendo-se a perceção de que só uma parte deles chega ao conhecimento da ERC. Deter-nos-emos neste capítulo nas situações que em 2016 foram objeto de deliberação do Conselho Regulador:

- Deliberação 44/2016 (DJ)
- Deliberação ERC/2016/200 (DJ-R)
- Deliberação ERC/2016/179 (DJ-NET)
- Deliberação ERC/2016/160 (DJ)
- Deliberação ERC/2016/115 (DJ)
- Deliberação ERC/2016/225 (DJ)

#### PARECERES LEGISLATIVOS

A competência do Conselho Regulador da ERC inclui – nos termos e para os efeitos do disposto na primeira parte do n.º 1 do artigo 25.º dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro – o poder/dever de se pronunciar, através de parecer, ainda que não vinculativo, sobre «todas as iniciativas legislativas relativas à sua esfera de atribuições». Na medida em que a atuação do Estado Português nas Organizações Internacionais de que faz parte, máxime União Europeia, implique alterações legislativas na nossa jurisdição, também estas são aqui consideradas «iniciativas legislativas». Um exemplo deste entendimento resulta do parecer da ERC, aprovado neste ano de 2016, sobre uma «Proposta de Diretiva sobre Acessibilidade dos Produtos e Serviços».

De notar que estas iniciativas legislativas «lhe são obrigatoriamente submetidas pela Assembleia da República ou pelo Governo».

Num outro contexto – de procedimentos internos da ERC – são ainda considerados “pareceres legislativos” os pareceres que, para além de previstos na legislação de comunicação social, sejam essenciais ao preenchimento das previsões legais específicas dessa legislação. Neste sentido os «projetos de despacho relativos à lista de acontecimentos que devem ser qualificados de interesse generalizado do público» previstos no n.º 4 do artigo 32.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido são, pela lacuna que a sua inexistência criaria, equiparados a pareceres legislativos no procedimento interno desta entidade.

Globalmente, no ano aqui em apreço (2016), a ERC produziu seis (6) pareceres legislativos – três (3) sobre iniciativas legislativas, um (1) sobre a proposta de Diretiva sobre Acessibilidade dos Produtos e Serviços; e dois (2) sobre projetos de despacho relativos a acontecimentos de interesse público generalizado – e ainda um (1) caso, inicialmente relativo à falta de consulta e, posteriormente, a impossibilidade de pronúncia da ERC sobre iniciativa legislativa relativa à Televisão Digital Terrestre.

#### DIREITO DE RESPOSTA E DE RETIFICAÇÃO

Em conformidade com os seus Estatutos, uma das atribuições da ERC<sup>6</sup> consiste em assegurar o exercício dos direitos de resposta e de retificação. Os direitos de resposta e de retificação são direitos constitucionalmente consagrados<sup>7</sup> e a sua apreciação representa uma fatia significativa dos processos tramitados neste regulador, pelo que se justifica uma análise autonomizada desta matéria.

Ao longo de 2016 deram entrada na ERC 45 recursos de direito de resposta ou de retificação e foram proferidas 33 Deliberações sobre direitos de resposta e de retificação pelo Conselho Regulador<sup>8</sup>.

Dos 45 processos entrados, 11 foram indeferidos liminarmente com fundamento, nomeadamente, em extemporaneidade, e em 4 deles o Respondente desistiu do processo.

Na sua maioria, os recursos apresentados ao longo deste ano incidiram essencialmente sobre a imprensa, destacando-se a imprensa de expansão nacional (e, dentro desta o *Jornal Correio da Manhã* - 24,2%), seguindo-se a imprensa de expansão local/regional (39,4%) (ver *Fig. 1 e 2*). À semelhança dos anos anteriores, foi reduzida a percentagem de recursos sobre direito de resposta ou de retificação na televisão, na rádio e noutros suportes (3% cada).

A maior parte dos recursos foram iniciados por cidadãos anónimos (36,4%), com a seguinte distribuição por género: 54,5 % (género masculino); 15,2% (feminino) sendo que 12,1 % dos recursos foram interpostos por mais do que uma pessoa, de géneros diferentes (*Figs. 3 e 4*). Os restantes recursos (18,2%) foram interpostos por pessoas coletivas.

Em 2016, a maioria das deliberações da ERC foi no sentido do reconhecimento do direito de resposta ou de retificação (54% - 17 deliberações).

Desses 17 casos, destaca-se que, em 8 deles (representando 20% da totalidade dos processos), a publicação da resposta ou retificação estava dependente de reformulação do texto. Por outro lado, em 3 deles (8%) o Conselho Regulador decidiu existir uma obrigação de republicação de uma resposta ou retificação deficientemente publicada antes do recurso.

---

<sup>6</sup> Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

<sup>7</sup> Artigo 37.º, n.º 4, da Constituição da República Portuguesa.

<sup>8</sup> Nos anos anteriores, 2015 e 2014, foram produzidas deliberações em 34 e 38 processos, respetivamente.

Por último, em 10 desses 17 casos foi determinada a abertura de processos de contraordenação contra o proprietário do órgão de comunicação social, confirmando a tendência crescente dos anos anteriores.

#### ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DO SETOR DE MEDIA EM PORTUGAL 2016

O presente relatório económico-financeiro sobre o setor da comunicação social português em 2016 pretende mostrar uma fotografia fidedigna do universo de regulados da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), tanto numa base agregada como numa base individual, por forma a estimular a reflexão sobre desafios e oportunidades.

A análise inicia-se com um enquadramento macro da economia portuguesa e do setor. Seguidamente apresenta-se uma análise reflexiva e agregada da saúde financeira, fontes de receita, rentabilidade e solidez das empresas de comunicação social. São também apresentados os principais eventos e tendências, evidentes durante o ano de 2016, com impacto presente e futuro no negócio do universo de regulados da ERC, a que se segue um capítulo de perspetivas futuras. O estudo termina com uma análise individual dos principais intervenientes no setor.

Optou-se pela descrição do perfil de negócio e enquadramento histórico individual de um conjunto de entidades do universo de regulados, com o objetivo de mostrar a diversidade setorial existente, mantendo a uniformidade dos parâmetros em análise.

2016 foi um ano mais favorável que os anteriores, marcado pela recuperação da economia portuguesa. No entanto, apesar das suas características procíclicas, o setor de media deparou-se com um enquadramento desafiador, resultado da consolidação de novas formas de consumo e distribuição de conteúdos.

A presença crescente da infraestrutura digital, fixa, móvel e convergente, teve influência negativa direta nas principais fontes de receita das empresas, em especial a publicidade e a venda de publicações físicas, não compensadas, em geral, pela boa performance dos segmentos digitais, produção de conteúdos, entre outros serviços. Os direitos de transmissão de canais, que em 2015 foram um segmento de receita que apresentou crescimento, não tiveram um comportamento uniforme em todas as entidades.

Contrariamente também ao que ocorreu em 2015, foi clara uma tendência setorial generalizada de deterioração da capacidade de geração de resultados operacionais e líquidos, tendo as práticas de gestão individuais de cada empresa, nomeadamente a capacidade de adaptação das estruturas de custos ao enquadramento de geração de receitas mais adverso, uma relevância inferior. Do estudo realizado, pode afirmar-se que a maioria das empresas reguladas foi rentável em 2016, apesar de alavancadas, e o setor pode ser atrativo a novos intervenientes, desde que o negócio seja desenvolvido em formatos adequados, por empresas de dimensão e estrutura adequada.

O enquadramento é claramente difícil. A utilização crescente da internet tem impacto direto nas vendas de publicações físicas. Apesar do aumento da subscrição digital, a remuneração da produção de conteúdos tende a diminuir, face ao aumento da oferta, a par de fenómenos de distribuição por parte de plataformas tecnológicas existentes, cuja legalidade é discutível à luz da existência de direitos de autor.

A utilização crescente da internet estimula também a dispersão da publicidade e a redução do seu preço, o que afeta diretamente uma das principais fontes de receita dos órgãos de

comunicação social. Esta dispersão reflete, por um lado, a escala da internet e o crescente investimento publicitário nas diversas plataformas disponíveis *online* e, por outro, a discricionariedade crescente do lado do utilizador na escolha do consumo de conteúdos, o que tem impacto na efetividade da publicidade.

O fenómeno digital criou também espaço para a entrada de novos intervenientes, quer a nível de produção de conteúdos, quer a nível de distribuição, como as ofertas *over-the-top*, que contribuem para o aumento da concorrência e conseqüentemente afetam tanto a quantidade como o preço de venda praticado pelos operadores.

No entanto, a migração para a internet e ferramentas móveis é progressiva, o que de alguma forma cria espaço para a adaptação e mudança.

A identificação e o foco em nichos de mercado com produção e distribuição de conteúdos direcionada, aliada a uma gestão de custos eficiente, poderão ser os caminhos a seguir, no futuro, pelas empresas da economia tradicional que pretendem ter um papel chave no setor. Todos estes aspetos são tratados com maior detalhe, no presente estudo.

#### TRANSPARÊNCIA DOS MEDIA: TITULARIDADE, GESTÃO E MEIOS DE FINANCIAMENTO

A transparência dos media constitui uma nova área de atuação da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, por força da aprovação da Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, que regula a promoção da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social. A aplicação destas disposições legais permitirá sistematizar e aumentar o conhecimento sobre quem são os detentores diretos e indiretos das entidades que prosseguem atividades de media, por quem são geridas e como são financiadas.

Com efeito, à conceptualização deste diploma subjaz a ideia de que um bom conhecimento sobre meios de financiamento, estruturas da propriedade e de gestão das entidades de media é fundamental para a salvaguarda do livre exercício do direito à informação e à liberdade de imprensa, a garantia da independência perante os poderes político e económico e a defesa do pluralismo e da diversidade face aos poderes de influência sobre a opinião pública, eixos centrais da atuação da ERC.

A Lei da Transparência é um diploma inovador a vários títulos, a começar pelo carácter público da informação. A ERC deve assegurar que os elementos comunicados pelos seus regulados deverão ser disponibilizados publicamente, através do futuro Portal da Transparência, uma base de dados eletrónica que brevemente ficará alojada no site do Regulador. As próprias entidades abrangidas estão obrigadas a difundir as informações prestadas através dos seus meios.

Além disso, plasma uma iniciativa legislativa singular na paisagem transnacional de regulação dos media, indo ao encontro de recomendações europeias dirigidas à proteção da liberdade e dos meios de comunicação social no designado novo ecossistema mediático, crescentemente determinado pelo ritmo de evolução das tecnologias digitais.

Convida, ainda, a uma abordagem regulatória fundada num diálogo e numa dinâmica interdisciplinares, convocando o cruzamento de distintas perspetivas na sua interpretação e aplicação, nomeadamente, a jurídica, a económico-financeira, a comunicacional e a computacional.

Deverá ainda referir-se que unifica num só diploma as disposições relativas à promoção da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social dispersas na legislação setorial.

A lei prevê igualmente o alargamento das entidades sujeitas a reporte e das informações específicas que devem ser comunicadas, em particular, em matéria de participações diretas e indiretas, fluxos financeiros, clientes relevantes e detentores relevantes do passivo.

O capítulo estrutura-se em duas partes principais: i) enquadramento das disposições legais da transparência e passos preparatórios da aplicação da lei; ii) apresentação e análise exploratória dos dados comunicados (até 23 de junho de 2017). Esta segunda parte, por sua vez, organiza-se em três pontos: a) caracterização das entidades registadas; b) análise agregada das entidades que reportaram indicadores financeiros relativos à atividade de comunicação social; c) aprofundamento das relações transversais de titularidade de algumas empresas de media nacionais de maior dimensão.

## LITERACIA PARA OS MEDIA – PLANO DE AÇÃO DA ERC

O tema da literacia mediática não é novo para a ERC, que desenvolve trabalho nessa área há vários anos. Surge aqui a oportunidade de apresentar um balanço sobre a forma como, nos últimos cinco anos (2012-2017), este *plano de ação* se foi enraizando na atividade do regulador e como passou a ser uma linha de trabalho fundamental e em pleno desenvolvimento, integrando anualmente o plano de atividades da instituição. Como parte do relatório de regulação de 2016, salientam-se naturalmente as atividades realizadas nesse ano.

### • PRINCIPAIS ATIVIDADES DE LITERACIA MEDIÁTICA DA ERC

Em 2013, aproveitando o simbolismo da iniciativa *Sete Dias com os Media*, a ERC levou para o terreno a sua primeira grande atividade prática de educação para os *media*. Intitulada «**Compreender e utilizar criticamente a informação televisiva**».

O sucesso da primeira atividade levou a que no ano seguinte nascessem novas ideias para conteúdos e atividades de literacia mediática inspiradas na missão do regulador, a saber:

- ✓ «**Vamos desconstruir reality shows? Entre a realidade e a ficção**»  
O seu objetivo é sensibilizar para o modo como este tipo de programas são construídos e estimular a vertente crítica em relação ao consumo dos mesmos, nomeadamente através do reconhecimento dos estereótipos e das interpretações que suscitam.
- ✓ «**A educação para os Media no trilho da inclusão: Conhecer e compreender a sinalética na programação televisiva**»  
Pretende-se contribuir para uma maior consciencialização em relação à presença dessa sinalética, mas sobretudo relativamente ao seu significado e utilidade como forma de possibilitar um pensamento crítico em relação à sua utilização.
- ✓ «**Mensagens Publicitárias nos Conteúdos Televisivos**»  
Prestar especial atenção às estratégias utilizadas pelas televisões como forma de incluir apelos ao consumo e divulgação de marcas, bens e serviços no conteúdo dos próprios programas, alertando para os casos em que essa inclusão é considerada abusiva e está em infração relativamente à legislação em vigor.
- ✓ «**Literacia e Media Digitais: Sabe navegar na internet de modo seguro, consciente e eficaz?**».  
Destinada a sensibilizar o cidadão comum na utilização que faz da internet, alertando, entre outras, para questões como a credibilidade da informação *online*, o reconhecimento da fiabilidade e a distinção da natureza das fontes que consulta, a consciencialização da sua pegada digital, o potencial e os perigos da navegação online.



No dia 18 de maio de 2016 a ERC assinou um protocolo de colaboração<sup>9</sup> com a associação **Empresários Pela Inclusão Social (EPIS)**, tendo como principal objetivo contribuir para a inclusão social de jovens na área da educação. Uma das vertentes contempladas nesse protocolo foi precisamente a da literacia mediática. A ERC propôs-se implementar essas atividades em **escolas do 3º ciclo de escolaridade acompanhadas pelo programa da EPIS** designado “*Mediadores para o sucesso escolar*”. Juntamente com uma responsável da EPIS, a equipa do *Plano de ação* de Literacia Mediática da ERC estabeleceu o programa de atividades e adaptou os conteúdos de forma a melhor corresponder às suas necessidades e expetativas.

Também em 2016 a ERC voltou a participar nos *Sete Dias com os Media*, iniciativa promovida anualmente pelo Grupo Informal de Literacia dos Media (GILM), do qual faz parte desde a fundação (em 2009).

Nos últimos cinco anos, no **plano internacional**, destaca-se a participação da equipa da ERC: no 1º *Fórum Europeu de Literacia para os Media e a Informação* (maio de 2014); no *Latin American and Caribbean Media e and Information Literacy Forum* (dezembro de 2014); no *Foro Internacional sobre Derechos de las Audiencias* (dezembro de 2015).

O acompanhamento do trabalho de agentes internacionais na área da literacia mediática também se coloca ao nível da interação com organismos reguladores dos *media* de outros países. Neste caso, é de referir a recente participação da ERC (em maio de 2017) no 45º Encontro da EPRA (*European Platform of Regulatory Authorities*), nomeadamente a presença no Grupo de Trabalho sobre o tema «*Media Literacy – Mapping key initiatives & researching media use*».

#### • O GILM EM 2016

EM 2009 concretiza-se o compromisso que passou a ligar, no contexto nacional, a ERC a outros parceiros em matéria de literacia mediática. A 30 de Julho desse ano nasceu o **Grupo Informal de Literacia para os Media**, geralmente designado pela sua sigla: **GILM**<sup>10</sup>. Este grupo de trabalho e reflexão tem a particularidade de juntar instituições portuguesas de diferentes áreas em torno desta temática, mantendo uma natureza informal.

Em 2016 surgiu a ideia de criar uma espécie de núcleo alargado de parceiros associados, mantendo a mesma natureza informal. A esse núcleo o GILM decidiu **designar FILM – Fórum Informal sobre Literacia dos Media**. A ideia central desse Fórum é fomentar a participação anual de um grupo alargado de parceiros que trabalham a área da literacia mediática como forma de possibilitar a troca de ideias, bem como definir metas e objetivos comuns.

Além da criação do FILM, o maior investimento do GILM nesse ano foi a definição e organização do **4º Congresso Literacia, Media e Cidadania**<sup>11</sup>, que se realizou no Porto, nos dias 5 e 6 de maio de 2017. Esta foi a quarta edição desta iniciativa que o Grupo tem vindo a promover de dois em dois anos.

Também em 2016, dando continuidade ao trabalho iniciado em 2012 (com o lançamento da iniciativa *Um dia com os Media*), o Grupo promoveu a quarta edição da iniciativa **Sete Dias com**

---

<sup>9</sup> A versão integral do protocolo assinado entre a ERC e a EPIS pode ser consultada online no sítio da ERC (<http://www.erc.pt/pt/protocolos>).

<sup>10</sup> <http://www.literaciamediatica.pt/pt/artigo/5-aniversario-do-gilm-grupo-informal-de-literacia-para-os-media>

<sup>11</sup> Todas as informações sobre esta iniciativa podem ser encontradas online em <http://www.congressolmc.pt/>.



**os Media.** Esta iniciativa decorre na semana de 3 de maio (dia Internacional da Liberdade de Imprensa) ao dia 9, e consiste em incentivar os múltiplos interessados a concentrar a realização de atividades que tenham como objetivo contribuir para a promoção, divulgação e incrementação da literacia mediática durante essa semana. As atividades realizadas são todas registadas e associadas a esta iniciativa numa plataforma que o Grupo criou para o efeito<sup>12</sup>.

A ERC considera que embora a sua experiência dos últimos cinco anos em matéria de literacia mediática se assuma como muito válida, o caminho a percorrer é longo e muito está ainda por fazer. Para o futuro perspectiva-se um maior investimento no contributo específico do regulador para esta área, sem prejuízo da continuidade das restantes parcerias e da abertura a novas experiências de trabalho em rede.

## MEDIA E GÉNERO – PROMOÇÃO DA IGUALDADE ENTRE HOMENS E MULHERES E O COMBATE AOS ESTEREÓTIPOS DE GÉNERO – PLANO DE AÇÃO DA ERC

A atuação da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) no combate à discriminação com base no género, é orientada pelos seus Estatutos, que a vinculam à proteção de direitos, liberdades e garantias constitucionalmente protegidos. Neste domínio, são objetivos do regulador «promover e assegurar o pluralismo cultural», «assegurar a proteção dos direitos de personalidade individuais»<sup>13</sup> e assegurar o «respeito pelos direitos, liberdades e garantias»<sup>14</sup>. O plano de ação da ERC para a promoção da igualdade entre homens e mulheres e o combate aos estereótipos de género, assenta em vários eixos de trabalho com vista a evidenciar e acompanhar o trabalho dos órgãos de comunicação social. Através desta iniciativa tem procurado dar visibilidade a estas dimensões quer através das propostas de **deliberação submetidas à apreciação do Conselho**, da **monitorização sistemática de conteúdos televisivos** e do **desenvolvimento de análises específicas** (a título de exemplo, como veremos mais adiante, a cobertura noticiosa dos crimes de violência doméstica nos telejornais de horário nobre dos canais *de* sinal aberto e a colaboração com entidades nacionais sobre temas específicos, nomeadamente na caracterização dos protagonistas da informação diária de horário nobre). Para além da intervenção a nível nacional, nas redes internacionais de reguladores para a comunicação social<sup>15</sup> de que faz parte, a ERC integra grupos de trabalho sobre esta temática, que se articulam na realização de estudos comparativos, bem como no estabelecimento de diretrizes e recomendações.

### • MONITORIZAÇÃO DOS PROTAGONISTAS E FONTES DE INFORMAÇÃO

Através do acompanhamento sistemático da informação diária de horário nobre, transmitida pelos operadores público e privados em horário nobre em sinal aberto, sensibiliza-se para a diversificação e pluralidade de fontes e protagonistas no que ao sexo diz respeito, em atividades ou contextos sociais em que as *mulheres* estão presentes e que, por norma, continuam a ser representados por *homens*.

### • TRATAMENTO JORNALÍSTICO DO TEMA DA VIOLÊNCIA DOMÉSTICA E DE GÉNERO

Reflexão sobre o tratamento informativo da violência doméstica com vista à observação das principais obrigações dos órgãos de comunicação regulados em termos de informação

---

<sup>12</sup> As iniciativas registadas na edição Sete Dias com os Media 2016 podem ser encontradas online em <http://www.literaciamediatica.pt/7diascomosmedia/iniciativas-registadas>. Na mesma página pode ter acesso às iniciativas registadas em edições anteriores.

<sup>13</sup> Estatutos da ERC, artigo 7.º, alíneas a) e f).

<sup>14</sup> Estatutos da ERC, artigo 8.º, alínea d).

<sup>15</sup> Sobre as plataformas internacionais de intercâmbio entre as várias instâncias reguladoras consultar <http://www.erc.pt/pt/relacoes-internacionais>.

televisiva diária, como o respeito pela presunção de inocência, rigor, preservação da intimidade e vida privada, proteção de vítimas e de menores, sensacionalismo; incentivo ao compromisso dos meios de comunicação na prevenção e erradicação da violência doméstica.

- **GRUPOS DE TRABALHO INTERNACIONAIS SOBRE MEDIA E GÉNERO**

A colaboração em redes internacionais de entidades congéneres tem permitido o desenvolvimento de projetos comparativos sobre as modalidades do tratamento de temáticas associadas ao género nos órgãos de comunicação social.

O grupo de trabalho de Género do RIRM ([Réseau des Instances de Régulation Méditerranéennes](#)) elegeu como tema de análise o Pluralismo e Igualdade de Género no Desporto, cujos resultados serão apresentados no final de 2017.

Através da PER ([Plataforma das Entidades Reguladoras da Comunicação Social dos Países e Territórios de Língua Portuguesa](#)), teve início a colaboração com a Autoridade Reguladora da Comunicação de Cabo Verde (ARC), designadamente quanto ao acompanhamento do tratamento jornalístico da violência doméstica e de género na informação diária.

## OS MEIOS

### A REGULAÇÃO DOS MEDIA DIGITAIS

- **NOVOS MEDIA – SOBRE A REDEFINIÇÃO DA NOÇÃO DE ÓRGÃO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Em 2014, o Conselho Regulador deu o primeiro passo no sentido de estabelecer um modelo de regulação para os Novos Media, também designados de Media Digitais, com a elaboração de um estudo que viria a culminar na elaboração do relatório intitulado “Novos Media - Sobre a redefinição da noção de órgão de comunicação social”. O Regulador decidiu então submeter o documento a discussão interna e externa, através de um processo de consulta pública.

Terminado o processo de consulta pública do documento “Novos Media - Sobre a redefinição da noção de órgão de comunicação social”, procedeu-se à sua atualização face aos contributos recebidos pela ERC por várias entidades externas (instituições ligadas ao sector, agentes económicos e entidades académicas) e publicação do mesmo [Deliberação 202/2015 (OUT), de 12 de agosto de 2015] no website da Entidade Reguladora para a Comunicação Social ([www.erc.pt](http://www.erc.pt)).

Em 2016 este documento foi traduzido para inglês e disponibilizado, junto com a versão original em português, no website da Entidade Reguladora para a Comunicação Social ([www.erc.pt](http://www.erc.pt)).

- **UTILIZAÇÃO JORNALÍSTICA DE CONTEÚDO GERADO PELO UTILIZADOR**

Dada a importância das recomendações constantes do referido relatório relativamente ao UGC – User Generated Content, decidiu-se pela autonomização do respetivo capítulo sob a forma de uma “carta de princípios” a adotar pelos Órgãos de Comunicação Social na utilização jornalística dos UGC, intitulada “Diretiva 2/2014 - Utilização jornalística de conteúdo gerado pelo utilizador”. Neste documento propõe-se um elenco de boas práticas a adotar no tratamento de UGC no contexto de produção jornalística.

- **REGULAÇÃO DE PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS ELETRÓNICAS**

Relativamente às publicações periódicas eletrónicas, a ERC tem defendido que «estamos perante a versão eletrónica de um jornal editado por uma empresa que prossegue “actividades de comunicação social”, e que, no essencial, corresponde à versão em papel com o mesmo título. Um jornal “online” não constitui, assim, um género diferente relativamente às publicações não digitais, e, muito menos relativamente à sua versão em papel».

- **REGULAÇÃO DOS COMENTÁRIOS ONLINE**

No que diz respeito à regulação dos comentários online, o cerne da problemática encontra-se, por um lado, na compatibilização entre os diferentes direitos fundamentais e, por outro lado, na definição das balizas que norteiam a responsabilidade editorial dos Órgãos de Comunicação Social.

O Conselho Regulador tem entendido que os comentários às notícias divulgadas online constituem parte integrante da publicação eletrónica, sendo o diretor do jornal responsável último pela sua divulgação, devendo por isso, na publicação destes comentários, atender às especiais responsabilidades que impendem sobre um órgão de comunicação social e que já foram sendo aqui elencadas.

A publicação dos comentários não deve ser feita assim de forma acrítica pelo jornal, cabendo, em última análise, ao diretor a decisão de publicar ou não determinado comentário. Esta decisão, que se traduz num ato de validação ou não, configura-se como um ato de natureza editorial, uma vez que pressupõe a análise e seleção dos comentários que vão ser publicados ou então envolve a decisão de abrir um espaço de comentários às notícias divulgadas online.

## **OFERTA E CONSUMOS DE MEDIA**

O capítulo relativo à oferta e consumos de media tem como objetivo caracterizar a estrutura de mercado, os padrões de consumo mediáticos e as audiências dos diferentes meios de comunicação social. Através de diversas fontes de dados, sistematizam-se as principais evoluções e tendências registadas.

### **Televisão**

A televisão é o meio de comunicação dominante em Portugal. Em 2016, 84,1 % dos portugueses contactaram com este meio e o consumo diário aumentou face a 2015, atingindo aproximadamente 4 horas e 50 minutos.

A oferta de canais em sinal aberto foi ampliada. Dois serviços de programas, a RTP3 e a RTP Memória, juntaram-se à RTP1, RTP2, SIC, TVI e ARTV na plataforma de Televisão Digital Terrestre (TDT). Ainda assim, a oferta da TDT portuguesa é a mais fraca da Europa.

O número de pessoas com televisão por subscrição continua a crescer e a maioria dos assinantes dispõe deste serviço integrado em pacote, juntamente com banda larga fixa, banda larga móvel, telefone fixo e telemóvel. A subscrição de cinco serviços é a situação contratual mais usual.

Os operadores NOS e MEO detêm mais de 82 % do mercado de televisão por assinatura, mas a Vodafone foi o único operador que aumentou a sua quota de assinantes em 2016.

A fibra ótica é a tecnologia que mais tem contribuído para o aumento do número de assinantes nos últimos anos. De 2011 a 2016, o número de clientes com esta tecnologia quadruplicou. O cabo, a tecnologia de acesso principal em Portugal, continua em queda.

Os canais generalistas em sinal aberto RTP1, RTP2, SIC e TVI continuam a captar, na sua totalidade, a preferência dos espectadores. Contudo, os canais por cabo mantêm a tendência positiva dos últimos anos, refletida no aumento progressivo da quota de audiência.

Em 2016, o serviço de programas TVI continuou a ser o canal em sinal aberto preferido das audiências e as competições de futebol, transmitidas pela RTP1, foram os programas mais

vistos. Excluindo o futebol, os programas de ficção, informativos e de entretenimento posicionam-se entre os mais vistos pelos portugueses.

### **Rádio**

Em 2016, 55,0 % dos residentes em Portugal ouviram rádio, com um tempo médio de escuta diária de 3 horas e 13 minutos por dia, 2 minutos mais do que no ano passado.

Os grupos radiofónicos Renascença e Media Capital detêm 70,8 % da quota de audiência. A Radio Comercial, do Grupo Media Capital, foi a estação mais ouvida.

### **Imprensa**

Em 2016, 59,0 % dos portugueses leram ou folhearam a última edição de um qualquer título de imprensa.

O número de publicações periódicas ativas em Portugal continua a tendência de queda, o mesmo sucedendo com a circulação de exemplares, vendidos ou distribuídos gratuitamente. A circulação em papel é o segmento mais afetado, ao passo que as assinaturas digitais têm vindo a ganhar interesse entre os portugueses, embora não compensem as perdas em papel.

O diário Correio da Manhã, na sua versão impressa, é o jornal de informação geral com circulação mais elevada. No digital, o jornal Público manteve a liderança.

### **Internet**

Em 2016, 74 % dos residentes entre os 16 e os 74 anos em Portugal referiram já ter usado a internet em algum momento e a maioria dos acessos fez-se através da banda larga móvel.

O aumento da banda larga móvel está relacionado com o crescimento de utilizadores de smartphones em Portugal.

Em termos de audiência de internet, os portugueses navegaram online cerca de 1 265 milhões de horas e o domínio de página mais visto em 2016 foi o motor de pesquisa google.pt, seguido da rede social facebook.com. É importante destacar que estas duas páginas concentram 21,3 % das visitas online.

## **INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO - A EVOLUÇÃO DO MERCADO NOS ÚLTIMOS 10 ANOS**

Para avaliar o investimento publicitário em Portugal, optou-se por contrapor as estimativas da Marktestcom as da Omnicom Media Group. Estas fontes adotam métodos claramente distintos, divergindo nas estimativas que apresentam para a avaliação do mercado publicitário.

A Marktest mostra os preços de tabela sem considerar os possíveis descontos obtidos nas negociações, por seu lado, a Omnicom, através de diversas fontes, pretende aproximar-se dos preços realmente praticados. Estas diferenças fazem com que as estimativas tenham uma discrepância aproximada de 7,4 mil milhões de euros no valor total de investimento publicitário em 2016.

A televisão é o segmento que continua a dominar o mercado publicitário com percentagens acima dos 50 % segundo as fontes citadas. Os canais em sinal aberto – RTP1, SIC e TVI – representam a principal fatia do investimento em publicidade, com a TVI a liderar. Contudo, entre 2006 e 2016, os canais cabo têm vindo a ganhar cada vez mais importância no mercado publicitário.

O investimento publicitário em internet ultrapassou, pela primeira vez, as receitas na imprensa, ocupando a segunda posição dos segmentos com maior captação no mercado publicitário. Por seu lado, a imprensa regional é o ramo mais afetado na imprensa nos últimos dez anos.

A Radio Comercial é a emissora que anualmente continua a atrair mais investimento publicitário em rádio, embora a TSF em 2016 tenha conquistado idêntica posição.

O cinema é o segmento que anualmente tem recebido a menor quota de investimento publicitário, com valores inferiores a 1 %.

Para as duas fontes, a partir de 2014, considerando as diferenças percentuais, o investimento publicitário tem apresentado sinais de recuperação com aumentos consecutivos.

A comparação entre os anos 2015 e 2016 confirma que o investimento publicitário em televisão, internet, outdoor, rádio e cinema aumentou. Do mesmo modo, para a Marktest e para o grupo Omnicom, o investimento em imprensa diminuiu neste período.

#### PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

A Lei n.º95/2015, de 17 de agosto estipula novas obrigações dos serviços da administração direta do Estado, dos institutos públicos e das entidades que integram o setor público empresarial no que diz respeito à realização de campanhas de publicidade institucional do Estado, bem como às regras aplicáveis à sua distribuição, em território nacional, através dos órgãos de comunicação social locais e regionais.

No ano de 2016, registaram-se 29 (vinte e nove) entidades na Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado.

Foram comunicadas à ERC 41 (quarenta e uma) campanhas de publicidade institucional, a que correspondeu um investimento total de € 372 447, 00 (trezentos e setenta e dois mil e quatrocentos e quarenta e sete euros) em aquisição de espaço publicitário para divulgação de campanhas de publicidade institucional do Estado.

O ano de 2016 registou uma acentuada variação mensal em termos de montantes de investimento, apresentando meses com valores elevados mas outros com valores nulos.

No que respeita às campanhas de publicidade institucional do Estado de valor igual ou superior a 15 Mil Euros, foram comunicadas ao Tribunal de Contas 3 (três) situações de incumprimento. Finalmente, importa mencionar que a televisão foi o tipo de órgão de comunicação social mais utilizado, logo seguido da imprensa.

#### REGISTOS DOS MEIOS E ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Durante o ano de 2016, a fim de garantir a fiabilidade e segurança jurídica dos elementos registados no serviço de registos, a ERC deu continuidade ao trabalho de verificação dos órgãos que, pela sua natureza, se encontram sujeitos a registo e que continuam ativos, no sentido de proceder ao cancelamento oficioso de todos aqueles que cessaram a sua atividade, ou porque não observaram a periodicidade que consta do seu registo ou, ainda, porque quando se tenha verificado a cessação da validade da licença ou autorização disso não deram conhecimento à ERC.

A ERC, no uso das suas competências, praticou, neste período, um total de 1395 atos registais: 189 inscrições e 1206 averbamentos.

Procedeu ainda, a cerca de 850 notificações a fim de aferir a periodicidade registada, bem como, aproximadamente 910 notificações relativas a pedidos de esclarecimentos e eventuais inconformidades detetadas.

Assim, a 31 de dezembro de 2016, encontram-se ativos os seguintes órgãos de comunicação social:

Publicações Periódicas – 1845;

Empresas jornalísticas – 289;

Empresas noticiosas – 1;

Operadores de radiodifusão – 301;

Serviços de programas de radiodifusão – 332;

Operadores de Televisão – 23;

Serviços de programas de televisão – 60;

Operadores de distribuição – 9;

Serviços de programas difundidos exclusivamente por internet – 49.

Constituindo a atualização dos registos uma constante preocupação da ERC, os pedidos de provas de edição, de renovação de licenças e de autorizações efetuados pelos diversos órgãos de comunicação social, dão um contributo significativo na atualização dos elementos registados e, conseqüentemente, na fiabilidade da informação disponibilizada ao público sobre esses mesmos órgãos que operam em Portugal.

#### SONDAGENS E ESTUDOS DE OPINIÃO

No ano de 2016 verificou-se um abrandamento do setor de atividade das sondagens políticas no domínio dos estudos realizados com intenção de divulgação pública. A desaceleração da atividade não se fez sentir no domínio dos estudos de publicação regular mensal, mas sim nas sondagens relacionadas com atos eleitorais, sendo a desaceleração proporcional ao impacto que as eleições verificadas em 2016 (Presidenciais, Regionais da Madeira e intercalares autárquicas no concelho de São João da Madeira) têm no setor. No caso particular das eleições para Presidente da República, cujo escrutínio decorreu em janeiro de 2016, parte dessa atividade (depósitos de sondagens, divulgações e processos de queixa e de fiscalização daí decorrentes) ocorreu e foi inscrita no relatório de regulação do ano precedente (2015).

Em 2016, foram depositadas 47 sondagens de opinião, número que representa uma diminuição de 43 % face ao total de depósitos registados em 2015.

O universo das entidades credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião era constituído, a 31 de Dezembro de 2016, por catorze entidades, mantendo-se o mesmo número de licenças com que se fechou o ano de 2015.

- **Caracterização geral das sondagens**

Foram nove as entidades credenciadas que efetuaram depósitos de sondagens em 2016, voltando a Eurosondagem a posicionar-se como a empresa mais representativa do setor, agora pelo sétimo ano consecutivo, com um total de 40,4 % dos depósitos realizados. Estes números espelham, por um lado, uma diminuição do número de empresas a depositar sondagens (em 2015 foram 11), e por outro, uma concentração das quotas de mercado, sendo que as duas empresas com mais sondagens reúnem 65,9 % dos depósitos, quando em 2015 esse valor era de 48,8 %.

Os media constituem-se como os grandes clientes das sondagens políticas em 2016, destacando-se órgãos de comunicação social nacionais (83,3 % do total de clientes registados nos depósitos). Como principais clientes, são de destacar, a SIC, o Expresso, o Correio da Manhã

e o Jornal de Negócios, pela regularidade na contratação e publicação de barómetros políticos mensais ao longo do ano.

Quanto ao objeto dos estudos depositados, os grupos temáticos mais visados foram os que se relacionam com as intenções e o sentido de voto, sobretudo as questões relativas ao voto legislativo, análise cujo interesse é permanente, e ao voto presidencial, decorrente da realização de Eleições Presidenciais.

À semelhança do verificado em anos anteriores, o segundo grupo temático com maior relevo, compreende as questões relativas à avaliação do desempenho dos órgãos e atores políticos, ou seja, acerca da imagem dos órgãos e atores políticos. O grupo temático que compreende os assuntos relativos às expectativas dos cidadãos sobre a ação dos órgãos constitucionais, nomeadamente, o Governo e a Presidência da República, foi o terceiro grupo mais representado.

- **Características metodológicas das sondagens**

O método de recolha de informação mais utilizado nas sondagens realizadas em 2016 continua a ser o telefónico (83,0 %), mantendo-se também a predominância das amostras de seleção aleatória (93,6 %, em 2016 quando em 2015 representavam 61 % do total).

- **Divulgações de sondagens**

Em 2016, foram divulgadas e identificadas 1429 peças cujo enfoque aludia, de forma central ou marginal, a estudos de opinião cuja temática se considera subsumível na Lei das Sondagens. Destas, 1427 correspondiam a sondagens depositadas na ERC e duas a peças sobre inquéritos de opinião.

Observando as 1427 peças sobre sondagens depositadas na ERC, verifica-se que este valor corresponde uma média de 119 divulgações mensais, ou seja, quase quatro divulgações de sondagens por dia, em média.

Neste período, verificou-se a diminuição do número de divulgações identificadas face a 2015, porém, comparando os dois períodos, observa-se o aumento do número de divulgadores.

A internet ultrapassou a televisão como meio preferencial para difundir os resultados dos estudos de opinião, no entanto, a diferença entre os dois suportes é residual (0,6 p.p.). Assim, a internet foi a principal plataforma divulgadora de sondagens em 2016 (40,6 %), seguida de perto pela televisão (40,0 %). De assinalar, ainda, a confirmação da tendência de perda de relevância por parte da imprensa (10,7 %) e da rádio (8,7 %).

- **Procedimentos e deliberações**

Na área das sondagens, a ERC continuou a privilegiar a vertente preventiva desenvolvida em anos anteriores, no sentido de fazer compreender e respeitar as regras aplicáveis à área dos estudos de opinião.

Em 2015, foram desencadeados 27 processos relativos à realização e publicação de inquéritos e sondagens de opinião, resultantes principalmente da 'Concessão, renovação e caducidade de licenças' para realização de sondagens (13), de 'Contraordenações' (7) e de 'Pedidos de parecer sobre sondagens' (4).

## RADIODIFUSÃO SONORA

### PLURALISMO E DIVERSIDADE NO SERVIÇO PÚBLICO DE RADIODIFUSÃO SONORA

#### ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO – ANTENA 1, ANTENA 2 E ANTENA 3 (2016)

A análise das grelhas de emissão dos serviços de programas Antena 1, Antena 2 e Antena 3 visa a caracterização da programação do serviço público de rádio emitida em 2016, tendo em vista as disposições do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão (CCSPRT).

Em termos de diversidade e de pluralismo da programação de rádio, o CCSPRT impõe (cf. Anexo II - Obrigações) à RTP, enquanto entidade concessionária, disponibilizar diversos serviços de programas com diferentes orientações estratégicas, visando promover uma oferta de serviço público que capte diversas faixas da população e cobrindo audiências diversificadas.

O CCSPRT operacionaliza esta orientação através do princípio da complementaridade da programação dos diversos serviços de programas de rádio, no que respeita ao cumprimento das exigências de serviço público. Assim, a oferta radiofónica de serviço público deve «ser avaliada de forma global, tendo em conta o conjunto de conteúdos e a programação dos diferentes serviços de programas de cada meio de comunicação social e atenta a especificidade de cada serviço de programas» (n.º 3 da cláusula 4.ª). A análise expandida visa, pois, compreender se esta complementaridade entre os três principais serviços de programas de rádio do serviço público existe e se a oferta de programação pode globalmente ser considerada diversa e plural. Assim sendo, é exigida uma leitura conjunta dos dados dos três serviços de programas, considerando ao mesmo tempo as especificidades que lhes estão atribuídas.

É também exigência imposta ao serviço público de radiodifusão a «adoção de tecnologias, técnicas e equipamentos que proporcionem a melhoria da qualidade ou eficiência do serviço público e a sua disponibilização nas diversas plataformas de distribuição de conteúdos audiovisuais, incluindo as plataformas móveis, e de acordo com os diversos contextos de acessibilidade» (alínea j) do n.º 2 da cláusula 4.ª).

O CCSPRT prevê ainda que «[a] concessão do serviço público de rádio e televisão abran[ja] a produção e difusão de conteúdos sonoros ou audiovisuais e a prestação de serviços multimédia de natureza informativa, educativa, formativa, cultural e de entretenimento, nos diversos meios de comunicação, plataformas tecnológicas e terminais de acesso de uso generalizado do público, incluindo a Internet» (n.º 1).

De seguida, expõe-se de forma resumida aspetos da análise da programação dos três serviços de programas de rádio mencionados, tendo em vista avaliar de que forma se traduz na observância das orientações específicas impostas pelo CCSPRT.

- **DIVERSIDADE DE GÉNEROS RADIOFÓNICOS**

A complementaridade de programação dos três serviços de programas de rádio exige, conforme acima sublinhado, uma avaliação global da oferta de programação de serviço público de rádio. Ora, esta avaliação demonstra, desde logo, a dissimilitude entre os conteúdos apresentados nas grelhas de programação dos três serviços de programas, o que é um indício considerável do cumprimento da estratégia enunciada no supra citado contrato. No entanto, exige-se uma análise mais fina dos conteúdos disponibilizados.

Em todos os serviços de programas, e conforme seria expectável em emissões de rádio, a música é a grande categoria da programação, com especial destaque para Antena 3, onde quatro quintos do tempo de emissão de 2016 foi dedicado a conteúdos relacionados com esta área. Também na Antena 2 a música assume especial relevância, representando igualmente quatro quintos da duração total da programação do ano. Dos três serviços de programas, a Antena 1



apresenta muito menor percentagem de música no total da sua programação (cerca de metade), mas ainda assim lidera a tabela de géneros que difunde.

Embora esta convergência possa aparentar ausência de diversidade de conteúdos entre as três antenas, o facto é que esta consonância não vai, contudo, além da macro-categoria, já que os estilos musicais e a natureza da programação em geral divergem grandemente: enquanto a Antena 1 recorre à música sobretudo como ligação entre outros conteúdos, os restantes serviços de programas possuem orientação clara relativamente aos conteúdos musicais que emitem: a Antena 2 – que tem por missão apresentar conteúdos musicais eruditos, clássicos, bem como a vertente histórica da música – e a Antena 3, com conteúdos musicais marcadamente atuais e dirigidos aos públicos jovens, passando por diversas áreas musicais, refletindo nos conteúdos os estilos de vida desta faixa da população. Desta forma, o serviço público de rádio responde à necessidade de se adequar a diferentes públicos-alvo, não se limitando a uma abordagem generalista da música.

A Antena 1 é o único serviço de programas que emite programas das seis grandes categorias, sendo que a informação e os programas culturais e de conhecimento secundam a já aludida música. Em conjunto, estes três géneros totalizam 82,1% da emissão deste serviço de programas.

A Antena 2, que inclui programas pertencentes a cinco géneros (deixa de fora os desportivos), apresenta, por seu lado, os programas culturais/conhecimento e os informativos a grande distância da primeira categoria mencionada. Estes três grandes géneros dominam completamente a programação deste serviço de programas, deixando duração muito residual para os programas institucionais/religiosos e de entretenimento.

Na Antena 3, que emite programas também pertencentes a cinco géneros (não contempla programas institucionais/religiosos), o entretenimento e a cultura/conhecimento seguem-se à música, com a duração dos três somada a representar 97,2% das horas emitidas por este serviço de programas.

Considerando os 31 géneros em que se desdobram as macro-categorias mencionadas, a Antena 1 apresenta 28, mostrando-se cumpridora da exigência contratual de se apresentar como um «serviço de programas nacional de carácter generalista, (...) [com] uma forte componente informativa e de entretenimento» (Cf. Anexo II – Obrigações de programação). Nas três primeiras posições figuram dois géneros pertencentes à categoria música: música de continuidade e programas de música, respetivamente a primeira e a terceira posições. No posto intermédio encontram-se os noticiários.

O CCSPT incumbe a concessionária do dever de «promover a divulgação de iniciativas e atividades desenvolvidas na área do desporto, profissional ou amador, quer em Portugal quer no estrangeiro, dando especial atenção às provas e competições que envolvam equipas ou atletas nacionais» (Cf. Anexo II – Obrigações de programação), missão que é abraçada pela Antena 1, que dedica grande destaque semanal aos conteúdos desportivos com particular destaque para o futebol, quer das competições nacionais, quer internacionais que envolvam equipas portuguesas. O Euro 2016 em que a seleção nacional de futebol viria a vencer o troféu, também mereceu acompanhamento detalhado. Além do futebol, mereceram atenção os Jogos Olímpicos, o Rally de Portugal e a Volta a Portugal em Bicicleta.

Na Antena 1, os espetáculos (1,8%) com destaque para os transmitidos no programa “Viva Música” cumprem a obrigação de transmissão de concertos. Este programa vai também ao encontro da obrigação de divulgação de programas que contribuam para defender e consolidar as tradições e costumes que consubstanciam a identidade nacional, uma vez que se dedica à música tradicional portuguesa. O mesmo acontece com as transmissões de festivais diversos

como os de fado Caixa Ribeira, ou Caixa Alfama, ou de músicas do mundo, como o de Sines, ou ainda festivais de música portuguesa como o Bons Sons, em Tomar. Um outro exemplo deste tipo de programação é o programa “O Povo Que Ainda Canta”.

A promoção da Língua Portuguesa tem em programas educativos da Antena 1 como “O Jogo da Língua” e “Palavra do Dia” são exemplos de conteúdos destinados a promover a língua, que o CCSPRT prevê. Esta obrigação também conta na Antena 2 com o programa “Palavra de Bolso”. Os programas de ciências e humanidades que somam 8,5% da programação da Antena 1 respondem a exigências de serviço público como inclusão de programas que «apoie e divulguem atividades nas áreas da saúde, educação, igualdade de género, defesa do consumidor e do ambiente, ou de outras de reconhecido interesse público» [Cf. Anexo II – Obrigações de programação]. Estão incluídos programas como “Maratona da Saúde”, “O Amor é...”, “Direto ao Consumidor”, entre outros. A Antena 1 apresentou em 2016 um conjunto de programas especiais sobre violência de género que intitulou de “Calar Nunca”.

A Antena 2, com a menor diversidade de géneros – 15 de uma grelha de 31 –, tem na música de continuidade quatro em cada dez horas de programação. Os programas de música preenchem também uma percentagem considerável, com 28,5% das horas emitidas. A transmissão de espetáculos, encontra-se em terceiro lugar da duração total. São em grande medida estes programas de música, muitos deles de autor, que dão cumprimento à missão que é confiada à Antena 2 pelo CCSPRT: ter uma índole «cultural, respeitando padrões exigentes de qualidade em termos de estética» vocacionado para a transmissão de programas de música erudita, jazz, etnográfica e contemporânea, (...) interessado em fomentar o conhecimento e o gosto pela música, aberto à temática das letras, das artes e das ciências, sensível à modernidade».

A relevância atingida pela transmissão de espetáculos vem suprir uma obrigação de programação de rádio que é remetida à concessionária de serviço público, designadamente de «promover a produção e transmissão de concertos musicais», também a partir do estrangeiro. Na área das letras, saliente-se os programas especiais dedicados aos 400 anos de Cervantes e a Shakespeare, ou a Vergílio Ferreira. O programa “A2 Ciência” divulga ao conhecimento científico. Estes programas encontram-se classificados em termos de género, como ciências e humanidades (2,2% da emissão anual).

Na Antena 3, que emitiu 18 dos 31 géneros, verifica-se que a música de continuidade se destaca com 42,0% da emissão, seguida pelos programas de música (40,3%). O terceiro género mais importante a distância assinalável, é talk show. Este serviço de programas deve estar «vocacionado para o público mais jovem, que reflita as suas diversas aspirações e interesses, promova novas ideias e projetos e estimule a sua atitude crítica e participação na sociedade». Os programas de música emitidos apresentam conteúdos atuais e vocacionados para o público juvenil e jovem adulto, com espaços de divulgação de novos artistas, bandas, músicos, concertos, respondem a este propósito e promovem a participação em eventos, por vezes, com passatempos associados. A Antena 3 incluiu, em 2016, programas de autor conduzidos por músicos ou bandas, criando ligação com os públicos de vários géneros musicais (rock, electrónica, hip hop, etc.).

Os programas sobre música presentes nas grelhas abordam estilos muito diversos: sobre música feita em Portugal, sobre géneros como dança e electrónica, sobre rock, heavy metal, hip hop, soul, rhythm & blues/reggae, alternativa, house, drum & bass, electro, breakbeat, entre outros.

Promover a produção e transmissão de concertos musicais, também a partir do estrangeiro, é uma obrigação de programação de rádio de serviço público, «nomeadamente nas emissões destinadas ao público mais jovem». A transmissão de espetáculos (1,6% da programação anual da Antena 3) e a presença em festivais de música dão cumprimento a esta obrigação.

Os concursos de bandas são formas de estimular a criação artísticas nos mais jovens e preconizam a promoção de ideias e projetos que incentivem a sua participação na sociedade. A Antena 3 promove-os através do sítio online, da página do facebook e ainda na emissão de rádio, por exemplo, com o Termómetro – um concurso para novas bandas, que inclui a transmissão de excertos das atuações das bandas participantes nas várias fases do concurso que decorrem em diversos locais do país.

De referir ainda que o programa do provedor do ouvinte “Em Nome do Ouvinte” é transmitido nos três serviços de programas. O CCSPRT prevê a transmissão deste tipo de conteúdos, mas não obriga à sua repetição em todas as antenas. A diversificação da oferta programática dos três serviços de programas mostra-se consonante com as exigências do CCSPRT, no sentido de cada um se dirigir a públicos específicos, traduzindo a complementaridade do conjunto do serviço público de rádio, em que pertence à Antena 1 a oferta mais eclética.

- **FUNÇÕES NA PROGRAMAÇÃO**

Os programas que compõem as grelhas da Antena 1 encontram-se polarizados em torno de duas funções: Entreter e informar. A primeira ocupa quase metade do tempo total, com cerca de 4050 horas de emissão. Em segundo lugar, mas com grande proximidade, encontra-se a função informar. Já acima foi salientado que a programação da Antena 1 deverá, por imposição do CCSPRT, centrar-se nos conteúdos com estas funções.

A Antena 2 apresenta entreter como função mais relevante da sua programação, cumprida por quase seis mil horas de conteúdos difundidos em 2016. Informar é o propósito principal de das horas emitidas por este serviço de programas, enquanto formar não vai além de 1,6% da emissão anual. Saliente-se que quase metade da duração da função informar consiste em programas de música. Este aspeto vai ao encontro do estatuído no CCSPRT, no que respeita à necessidade de este serviço da rádio pública associar à música a vertente de divulgação e de dar a conhecê-la enquanto arte, o que não se esgota na transmissão de obras.

A função entreter é, a grande distância, a mais significativa no conjunto da emissão da Antena 3, em 2016, traduzida em mais de sete mil horas de emissão no ano (90,5%). Esta função cumpre-se essencialmente através da emissão de música de continuidade e programas de música.

Informar, a segunda função, agrega perto de um décimo das horas emitidas, com destaque para a categoria de artes e media que representa três quintos da função. Formar não chega a meio ponto percentual da programação total e é em grande parte cumprida por programas de ciências e humanidades.

- **TECNOLOGIA E INOVAÇÃO**

Os três serviços de programas da concessionária do serviço público de rádio acompanham as inovações tecnológicas e encontram-se disponíveis a partir do portal da Rádio e Televisão de Portugal, nos respetivos sítios na internet e também nas redes sociais, em cumprimento do disposto no CCSPRT (Cf. Anexo II – Obrigações de programação).

A Antena 1 encontra-se online através do sítio <http://www.rtp.pt/antena1/>, com emissão online em direto, programação on demand atualizada à última edição e podcasts. São disponibilizados espaços específicos dedicados aos conteúdos informativos e desportivos, com respetivos destaques das principais notícias do dia e a programas ou a eventos, como é o caso de festivais de música ou exposições. Para além do sítio, a Antena 1 mantém presença nas redes sociais Twitter e no Facebook.

O caso da Antena 2 é muito similar, encontrando-se online através do sítio <http://www.rtp.pt/antena2/>, no qual disponibiliza emissão em direto, programação on demand e podcasts. Os conteúdos colocados em destaque pertencem a eventos como as Feiras do Livro, festivais de música clássica, erudita ou músicas do mundo, o concurso dedicado aos jovens Prémio Jovens Músicos. disponibiliza concertos e obras de compositores portugueses contemporâneos, vídeos da mesma natureza a ainda uma área dedicada à ópera. Na homepage encontram-se ligações às páginas das redes sociais Twitter e Facebook.

Também a Antena 3 se encontra online através do sítio <http://media.rtp.pt/antena3/>. Está acessível através de emissão online em direto, programação on demand e podcasts. três opções indicam ao utilizador experiências diferentes: ouvir, ver e ler. Ouvir remete para entrevistas, programas, rubricas, notícias, mixtapes ou especiais. Ver redireciona o utilizador para documentários sobre música e músicos, reportagens e notícias, videoclips de bandas e músicos portugueses, assim como momentos de música ao vivo nos estúdios da Antena 3 e a versão vídeo de programas. Em ler acede-se a conteúdos escritos agrupados em entrevistas, artigos, especiais ou notícias. Na homepage encontram-se em destaque diversos tipos de conteúdos ligados à música, desde notícias a videoclips, informação sobre festivais de música ou de cinema.

A Antena 3 tem presença nas redes sociais Twitter, Instagram e no Facebook, assim como no Google Play. Disponibiliza um canal no Youtube e perfil no Spotify.

A concessionária de serviço público de rádio e televisão vê incluídos nos seus deveres «a produção e difusão de conteúdos sonoros ou audiovisuais e a prestação de serviços multimédia de natureza informativa, educativa, formativa, cultural e de entretenimento nos diversos meios de comunicação, plataformas tecnológicas e terminais de acesso de uso generalizado do público, incluindo Internet».

Em conclusão, a análise da programação dos três serviços de programas de rádio de serviço público, na lógica de complementaridade que se encontra na letra e no espírito do CCSPRT, mostra que as exigências que o Estado coloca à concessionária de serviço público em matéria de radiodifusão, são por esta respondidas na sua programação anual. Tanto mais porque nenhuma das exigências colocadas especificamente ao serviço público de rádio apresenta uma quantificação ou a forma concreta da sua concretização, deixando margem para a liberdade de programação por parte da concessionária.

#### TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DE RADIODIFUSÃO SONORA

No ano de 2016, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social, (doravante ERC) no âmbito das suas atribuições e no exercício das suas competências, deferiu 11 (onze) pedidos de modificação de projeto licenciado, dos quais 4 (quatro) se reportam à constituição de uma parceria entre 5 (cinco) serviços de programas, 2 (duas) com alteração de classificação/tipologia do serviço de programas. Foram ainda constituídas duas associações, uma com 3 (três) e outra com 2 (dois) serviços de programas respetivamente.

Foram ainda autorizadas 14 (catorze) alterações de denominação, sendo 12 (doze) no âmbito de uma alteração de projeto aprovado e 2 (duas) mediante apresentação de requerimento, não incluindo a alteração da grelha de programação, nem das linhas gerais de programação do serviço de programas.

A ERC aprovou 6 (seis) pedidos de alteração do controlo do capital social, apresentadas pelas empresas titulares de licenças para o exercício da atividade de radiodifusão.

Relativamente à cessão, a ERC após submissão dos processos à ANACOM – Autoridade Nacional das Comunicações, deliberou favoravelmente 5 (cinco) pedidos.

No ano transato a ERC emitiu 21 (vinte e um) pareceres respeitantes à atribuição e ou alteração do nome de canal de programas (PT) e mensagens de radiotexto (RT), dos quais foi dado conhecimento à ANACOM, que detém a competência de concessão destas autorizações.

#### ATIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO DAS RÁDIOS LOCAIS NO ANO DE 2016

No ano de 2016, foram realizadas 14 (catorze) ações de fiscalização aos operadores de radiodifusão local, tendo sido auditadas as emissões dos respetivos serviços de programas, e concluído que, na generalidade, as rádios fiscalizadas estão a cumprir os requisitos exigidos pela [Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro Lei da Rádio], tendo por base os seguintes elementos:

- Foi identificada a existência de um modelo de programação universal, com conteúdos diversificados e direcionados ao concelho de licenciamento (art.º 12.º, art.º 32.º n.º 2 alínea a) e n.º 3 da LR);
- Foi identificada na programação a existência de uma programação própria, dirigida à população da área de cobertura local, para cada concelho, contemplando espaços de emissão animados por locutores e colaboradores (art.º 12.º, art.º 32.º n.º 2 alínea a) e n.º 3 da LR);
- Relativamente à componente informativa, foi verificado, em alguns serviços de programas e normalmente ao fim-de-semana, que não era assegurada a transmissão de pelo menos três blocos noticiosos, tendo tais situações sido corrigidas. Estes operadores passaram a emitir os respetivos blocos; de referir que estes blocos de notícias são normalmente de âmbito local e regional e por vezes de âmbito nacional, (art.º 35.º da LR);
- As funções de chefia, de coordenação ou de redação, e serviços noticiosos são assegurados por jornalistas ou equiparados (n.º 1 do art.º 36.º, da LR);
- As gravações das emissões fornecidas pelo operador são conservadas pelo período mínimo de 30 dias, nos termos do art.º 39.º, da Lei da Rádio. Foram identificados o nome da estação e da respetiva frequência, com difusão hora a hora (art.º 37.º n.º 2, da Lei da Rádio), bem como a inserção de separador de publicidade (art.º 40.º, da LR);
- A programação musical é maioritariamente portuguesa – algumas rádios não estavam ativas no portal de rádios de música portuguesa, nos termos dos art.ºs 41.º a 43.º, da Lei da Rádio.

#### QUOTAS DA MÚSICA PORTUGUESA

Os serviços de programas de radiodifusão sonora estão obrigados à difusão de percentagens mínimas de música portuguesa, tendo a Portaria n.º 373/2009, de 8 de abril, fixado tal mínimo em 25 %. A quota referida deverá ser preenchida, no mínimo, com 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados membros da União Europeia.

Para além da quota de 25 %, apurada sobre a totalidade das difusões musicais, foi ainda consagrada a obrigação de emissão de uma quota de 35 % para músicas editadas nos últimos doze meses.

De acordo com o regime legal em vigor, as quotas de música têm como suporte de cálculo as difusões musicais mensais por número de composições reportadas por serviço de programas no mês antecedente, por via do sistema automático implementado na ERC, em 2007.

Foi validada para o ano de 2016, no primeiro semestre, a média observada de 120 rádios, seguida de 126, no segundo semestre, quanto a serviços de programas locais. Acresce à amostra de rádios locais, mensalmente, o serviço de âmbito regional de cobertura sul (M80) e cinco serviços de âmbito nacional (Antena 1, Antena 3, Rádio Comercial, Rádio Renascença e RFM).

Os elementos rececionados via automática têm em conta cinco vertentes previstas na lei relativamente às quotas de 24 horas de emissão; do período diário compreendido entre as 7h e as 20h; de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, emitida no período diário compreendido entre as 7h e as 20h; de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia nas 24 horas de emissão e de música portuguesa recente.

No que se refere às quotas de música portuguesa nas rádios de âmbito local, a primeira apreciação incidiu sobre a percentagem de operadores locais ativos no sistema de apuramento automático, que asseguram o cumprimento da quota de 25 % de música portuguesa nas 24 horas de emissão, sendo concluído que, em 2016, mais de 90 % dos referidos operadores cumpriram essa quota mínima mensal.

Quanto aos apuramentos referentes ao número de serviços de programas de rádio, ativos no sistema automático e que integram a amostra, que emitem uma quota superior ou inferior a 25 % de música portuguesa no período de emissão compreendido entre as 7h e as 20h, apurou-se que registaram, na maior parte do ano, uma percentagem superior a 90 % de difusão de música portuguesa.

No que se refere ao cumprimento da emissão de uma quota superior a 60 % de música em língua portuguesa composta ou interpretada por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, no período de emissão compreendido entre as 7h e as 20h, registam-se valores elevados em todos os meses do ano, mantendo-se a tendência de cumprimento elevado da quota exatável, com uma média de cumprimento acima de 98 %.

A última vertente de análise no que respeita aos operadores locais prende-se, ainda, com o previsto no artigo 43.º da Lei da Rádio, quanto ao cumprimento de uma quota de 60 % dos 25 % de música portuguesa, para difusão de música em língua portuguesa composta ou interpretada por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia mas, desta feita, abrangendo as 24 horas de emissão. Também aqui se registou uma média de cumprimento superior a 98 % em 2016.

Os operadores em incumprimento da quota de 25%, no período de emissão compreendido entre as 7h e as 20h, foram sensibilizados para a correção e reposicionamento dos valores exatáveis.

Para além do recurso ao sistema automático implementado na ERC, foi ainda efetuada uma análise das quotas de música portuguesa de 14 serviços de rádio locais por amostragem, no âmbito de ações de fiscalização desenvolvidas ao longo do ano, concluindo-se que foi assegurado o cumprimento da quota mínima prevista na lei para o período de emissão compreendido entre as 7h e as 20h.

No que atende à avaliação do cumprimento da quota de música recente, consagrada nos termos do artigo 44.º da Lei da Rádio, a título indicativo, observou-se em junho e dezembro que 46,9 % e 54,1 % dos serviços apresentaram valores iguais ou superiores a 35 % de música recente.

Foi ainda analisado o serviço de programas regional M80 Rádio, do operador Rádio Regional de Lisboa, S.A., com cobertura sobre a região sul do país, de teor temático musical, tendo-se

observado que este serviço atinge percentagens que correspondem ou ultrapassam a quota mínima estabelecida de 25 %, tanto nas 24 horas de emissão como no período entre as 7 e as 20 horas, excetuando o ligeiro desvio nos meses de agosto e dezembro (dentro da margem de erro de 0,5%, considerada para efeitos de apuramento).

No que respeita à subquota de 60 % de temas compostos ou interpretados em língua portuguesa, quer no período total da emissão musical, quer no período compreendido entre as 7 e as 20 horas, a M80 regista, quase ao longo de todo o ano, valores acima dos 80%.

Tendo em conta o modelo programático deste serviço de programas, a M80 está isenta do cumprimento da quota prevista no artigo 44.º, n.º 2, da Lei da Rádio, relativa à música recente.

Foram igualmente analisados os serviços de programas privados de âmbito nacional RFM, Rádio Renascença e Rádio Comercial.

No que atende à primeira quota prevista na lei, que prevê a emissão de 25 % de música portuguesa nas 24 horas de emissão, os valores observados evidenciam que a RFM cumpriu e superou a referida quota. No que respeita à RR, revelou no mês de dezembro um valor inferior à quota mínima expetável, não obstante, na maior parte do ano, registou valores superiores a 30%. A Rádio Comercial acusou vários desvios ao longo do ano, alguns enquadráveis na margem de 0,5% considerada para efeitos de apuramento.

No que se refere ao período de emissão compreendido entre as 7 e as 20 horas, a RFM cumpriu da mesma forma em todos os meses do ano a quota prevista. A RR e a Rádio Comercial denotaram algumas flutuações face à quota expetável, mas apresentaram, ao longo da maior parte do ano, valores em muito superiores à quota mínima definida.

Quanto às difusões musicais portuguesas compostas ou interpretadas por cidadãos da União Europeia, os três serviços de programas nacionais superaram a quota mínima de 60 % prevista na lei.

No que se refere à quota de música recente, definida em 35 %, a qual é apurada sobre o total de música portuguesa difundida (art.º 41º, n.º1), os serviços de programas RFM e Rádio Comercial registaram, ao longo de todos os meses do ano, valores bastante elevados de música recente. Já a Rádio Renascença, que apresenta percentagens elevadas de música portuguesa, registou na música recente valores bastante inferiores aos previstos.

Quanto a uma análise evolutiva 2008-2016, no que concerne a operadores/serviços de programas locais, refira-se que 2016 foi o ano em que se registou uma média semestral de cumprimento da quota de 25 % de música portuguesa, nas 24 horas de emissão, mais elevada; já no período das 7h às 20h, verifica-se um ligeiro decréscimo face ao ano 2015 no primeiro semestre de 2016, recuperado no segundo semestre do ano.

No que respeita a apuramentos das médias percentuais no período entre as 7 e as 20 horas e quanto à difusão de temas em língua portuguesa interpretados por cidadãos da UE, observa-se igualmente uma variação positiva face a 2015.

Quanto ao período total de emissão (24 horas), as médias observadas nos termos da quota do artigo 43.º da Lei da Rádio, registaram, da mesma forma, os valores mais elevados até à data observados.

Contrariamente, a evolução semestral do operador com a cobertura regional da zona sul do país, que difunde o serviço de programas temático musical M80 foi negativa em comparação com o ano anterior, contudo manteve-se acima das quotas mínimas exigidas.

A tendência evolutiva das médias anuais dos serviços de programas privados de âmbito nacional, no que respeita à difusão de música portuguesa, nas 24 horas de emissão, não foi consensual, no entanto, acima das quotas exigidas.

Refira-se que a Lei da Rádio estabelece, no seu artigo 45.º, um regime de exceção para serviços de programas cujo modelo específico de programação se baseie na difusão de géneros musicais insuficientemente produzidos em Portugal.

O Regulamento n.º 495/2008 da ERC, aprovado, em 28 de agosto, estabelece, no seu artigo 2.º, que apenas os serviços classificados como temáticos musicais e de acordo com o projeto licenciado podem requerer a isenção das quotas previstas na lei, sendo que ao abrigo deste regime de exceção encontram-se isentos 34 (trinta e quatro) serviços de programas que contemplam uma programação musical centrada nos géneros dance music, hip-hop e jazz.

#### QUOTAS DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA – SERVIÇO PÚBLICO TELEVISÃO

A Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro (Lei da Rádio), estabelece no seu art.º 42.º que o primeiro serviço de programas da concessionária de serviço público, Antena 1, está sujeito a uma quota de emissão de música portuguesa não inferior a 60 % da totalidade da música emitida.

Da mesma forma, o serviço Antena 1 está sujeito ao previsto no artigo 44.º da Lei da Rádio, que estabelece a obrigação de emissão de uma quota de 35 % de difusões musicais editadas nos últimos 12 meses.

Nos termos da Lei da Rádio, para o serviço de programas da concessionária de serviço público Antena 3, incumbe à ERC (cfr. artigos 41.º n.º 1, 43.º, 44.º, n.º 1, e 47.º da Lei da Rádio) a fiscalização do cumprimento das quotas de 25 % de música portuguesa, 60 % de música em língua portuguesa e 35 % de música recente, percentagens estas apuradas nas 24 horas de emissão e ainda no período compreendido entre as 7h e as 20h.

Sendo que, a Cláusula 16.ª, alínea b), do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, estabelece a obrigação de a Antena 3 difundir uma quota mínima de 50 % de música portuguesa (nos termos da quota prevista no n.º1 do art.º 41.º da Lei da Rádio) no seu serviço de programas vocacionado para o público mais jovem. No entanto, a fiscalização da referida norma, nos termos da Cláusula 31.ª, n.º1, não compete à ERC.

Para apuramento das quotas a ERC validou os dados rececionados no Portal de Rádio, mensalmente, através do sistema de informação da ERC, tendo como base o número de composições difundidas por cada serviço de programas no mês anterior e respeitou as seguintes vertentes da lei referentes às seguintes quotas: nas 24 horas de emissão; no período diário compreendido entre as 7h00 e as 20h00; de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia e de música portuguesa recente.

No que respeita à Antena 1 e à sua obrigação de difusão de 60% de música portuguesa (artigo 42.º conjugado com o n.º 2 do artigo 47.º da Lei da Rádio), verificou-se que a quota apurada permanece elevada, quer no período das 24 horas, quer no período de emissão compreendido entre as 7 e as 20 horas, atingindo ou ultrapassando uma quota de 90% em janeiro, fevereiro e maio.



No que se refere à emissão de uma percentagem não inferior a 60 % de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos estados membros da União Europeia (artigo 43.º da Lei da Rádio), a Antena 1 regista ao longo do ano percentagens superiores a 80%, no tempo total de emissão e no período horário de maior audiência, respetivamente.

A Antena 1 cumpriu ainda a obrigação resultante do artigo 44.º da Lei da Rádio, pelo que mais de 35 % das composições portuguesas difundidas foram temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública foi efetuada nos últimos 12 meses. De acordo com os elementos rececionados, no segundo semestre a quota apurada ficou quase sempre acima dos 50 %.

No que se refere ao serviço Antena 3, tanto no período das 24 horas de emissão, como no período diário de maior audiência, apresenta valores de difusão de música portuguesa acima dos 50%, e regista no último mês do ano 51,5 % e 52 % de produções musicais, dentro dos respetivos horários.

A Antena 3 obedece da mesma forma à obrigação de difusão de preenchimento da quota de 25 % de música portuguesa, sendo que, no que respeita à subquota de 60 % de música composta ou interpretada em língua portuguesa (cf. artigo 43.º), se observa um desvio da quota mínima exatável. Esta situação resulta da elevada percentagem de música portuguesa (enquadráveis na quota mínima de 25 %) difundida neste serviço de programas.

O serviço de programas Antena 3 está, da mesma forma, obrigado ao respeito pelo estabelecido no artigo 44.º da Lei da Rádio, que determina que a quota de 25 % deverá ser preenchida com, pelo menos, 35 % de temas cuja primeira edição ou divulgação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses, tendo-se contabilizado ao longo do ano de 2016 percentagens elevadas de música recente dentro da programação musical difundida quase sempre acima dos 80%.

## TELEVISÃO

### PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

#### ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO - RTP1, RTP2, SIC, TVI E RTP3

O capítulo “Pluralismo e Diversidade nos Serviços de Programas Televisivos – Análise da Programação – RTP1, RTP2, SIC, TVI e RTP3 [2016]” analisa o universo dos programas exibidos nos quatro serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre e no temático informativo do operador público de televisão, com vista a aferir como cada um concretiza os princípios do pluralismo e da diversidade na sua oferta televisiva anual.

A análise tem como linhas estruturantes as obrigações gerais de programação fixadas na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais e Pedido (LTSAP). Para os serviços de programas do operador público de televisão também se considera o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão (CCSPRT), de 6 de março de 2015, e, no caso da SIC e da TVI, a análise conjuga-se com os respetivos cadernos de encargos das licenças de difusão.

A diversidade é aferida, primeiramente, pela identificação dos géneros televisivos – macrogéneros e géneros – e da função a que correspondem os conteúdos programáticos que integram as grelhas de emissão diárias dos cinco serviços de programas.

A análise incide na duração e na frequência de exibição desses géneros televisivos ao longo do ano, privilegiando-se o primeiro, mas recorrendo ao segundo sempre que a avaliação incida numa norma quantificada.

Além da diversidade global das grelhas de emissão, que abrange o escrutínio dos conteúdos disponibilizados no horário nobre (20h00-22h59) de cada um dos serviços de programas generalistas, um olhar mais fino perpassa a programação informativa, infantil/juvenil e cultural/conhecimento, assim como aquela destinada à promoção da diversidade cultural e interesses de grupos minoritários no contexto nacional, de modo a perceber como estes elementos específicos de programação são integrados nas grelhas de emissão de 2016.

Ao todo, foram apreciados 58137 programas, equivalentes a 36707 horas e 27 segundos de emissão conjunta, assim repartidos: RTP1 8329 programas com 7142h09m41s de emissão; RTP2 23260 programas com 8504h42m40s; SIC 6754 programas com 6041h41m46s; TVI 6063 programas com 6748h09m34s; RTP3 13731 programas com 8270h16m46s.

#### DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS

- RTP1 E RTP2

Focando a atenção nos serviços de programas generalistas, da análise dos géneros televisivos e das funções da programação resultou que, em termos horários, os formatos de informação foram os mais representados na RTP1, secundados de perto pelos conteúdos de entretenimento, numa diferença de apenas 61 horas e meia de emissão ao ano – embora os de entretenimento tenham maior frequência de exibição.

A informação também se destaca nos alinhamentos diários do segundo canal do operador público de televisão, mas é aos infantis/juvenis que cabe a maior parcela do tempo de emissão, e sobretudo do número de programas exibidos em 2016. Os culturais/conhecimento também são relevantes na programação da RTP2, chegando a ultrapassar os informativos em frequência anual de exibição.

Se a RTP2 contrabalança a RTP1 com a exibição de programas para os públicos mais jovens e de natureza cultural e de conhecimento, em contraste com a RTP1, deteta-se uma presença bastante frugal de formatos de entretenimento no segundo canal, que representam apenas meio ponto percentual da duração dos programas de 2016.

A análise mais detalhada dos géneros da programação da RTP1 revela a preponderância horária dos magazines informativos, dos talk shows e dos serviços noticiosos, assim como a importância numérica dos concursos/jogos e, mais uma vez, dos serviços noticiosos. Seja em duração, seja em frequência de exibição, os géneros que mais se destacam são de informação e de entretenimento.

Do conjunto dos 39 géneros considerados na presente análise, a programação da RTP1 encontra correspondência em 33 categorias de género.

Relativamente à função primordial dos conteúdos difundidos entreter é a que mais se distingue nas grelhas de emissão da RTP1, com valores acima dos cinquenta por cento em ambos os indicadores analisados. Informar é a segunda missão mais refletida nos conteúdos de 2016, superando um terço do tempo e da frequência. Menos representados, promover/divulgar e formar também figuram como elementos preponderantes na oferta programática da RTP1.

Em relação à RTP2, a análise específica dos géneros revela a preponderância dos desenhos animados e dos serviços noticiosos, separando-os apenas 4 horas e meia de emissão anual. Em frequência de exibição, o impacto dos desenhos animados é avassalador na estruturação das grelhas de emissão da RTP2. O segundo género mais frequente, que também se dirige às camadas mais jovens, corresponde aos educativos infantis/juvenis e tem um peso relativo de 13,5%.

Ao todo, na programação da RTP2 identificaram-se 29 categorias de género.

As funções dominantes na RTP1 revezam-se no caso da RTP2. Ou seja, neste serviço de programas informar tem maior peso horário do que entreter, ainda que esta última valha mais em frequência de exibição do que a primeira. A função formar é a terceira mais valorizada nos programas da RTP2, representando um décimo das horas de emissão do ano e ainda mais quando se atende à sua assiduidade em antena. Os conteúdos cuja missão é promover/divulgar as entidades que os desenvolvem também marcam presença, mas mais residualmente.

A difusão de programação diversificada e plural em horários de maior audiência integra o rol das obrigações gerais dos serviços de programas generalistas. Na presente análise, a avaliação desta imposição faz-se pela apreciação do denominado horário nobre, cujas balizas horárias foram delimitadas para o período entre as 20h00 e as 22h59m59s.

Na RTP1 avaliaram-se 1187 programas cuja exibição ocorreu, totalmente ou na sua maioria, depois das 20 horas e antes das 23 horas, num somatório de 967h55m03s de emissão, distribuídos por 19 géneros.

O serviço noticioso – “Telejornal” – é o género mais extenso no horário nobre da RTP1, seguido dos concursos/jogos. O terceiro género, com um décimo da duração, corresponde à transmissão desportiva, num ano com diversos eventos internacionais desta natureza – Liga dos Campeões, Euro 2016, Campeonato da Europa de Hóquei em Patins, Jogos Olímpicos 2016, entre outros. Relativamente à função primordial no universo dos conteúdos de horário nobre da RTP1, verifica-se a presença das quatro categorias definidas no presente estudo, com entreter (e informar a somarem a quase totalidade do tempo de emissão.

No mesmo período horário, a RTP2 exibiu 3060 programas, distribuídos por 25 géneros, para um total de 990h23m39s de emissão.

Séries e serviços noticiosos são os géneros que mais se destacam nesta faixa horária, perfazendo mais de metade do total de horas de programas exibidos. Em terceiro lugar, já mais distantes, surgem os programas ligados a temas de humanidades.

A programação da RTP2 veicula as quatro funções durante o horário nobre, com destaque para entreter e informar.

Apreciados estes elementos gerais da programação da RTP1 e da RTP2, considera-se que, em 2016, as opções de programação dos dois canais do operador público de televisão são coerentes com os requisitos dos serviços de programas generalistas, verificando-se que proporcionam a complementaridade prescrita no contrato de concessão em vigor.

- SIC

Em 2016, a SIC exibiu 6754 programas, enquadrados em 26 géneros televisivos, e arrecadando um total de 6041h41m46s de emissão.

A grande parcela do volume horário concentra-se em três categorias: ficção, entretenimento e informativo, perfazendo 88,5% do tempo de emissão anual. Em frequência, a ficção fortalece o seu peso relativo, destacando-se, seguidamente, os informativos, os infantis/juvenis e só depois o entretenimento, o que significa que estes conteúdos, apesar de menos frequentes, se prolongam por largos períodos nas grelhas de emissão da SIC.

No indicador duração, a análise mais pormenorizada dos géneros televisivos revela o domínio tripartido de telenovelas, talk shows e serviços noticiosos, com valores muito próximos, numa sequência que mimetiza o alinhamento dos macrogéneros mais relevantes.

Se estes três géneros correspondem a mais de dois terços do total de horas de programação, a parcela restante de tempo distribui-se pelos outros 23 géneros encontrados nas grelhas de programação da SIC. Desse conjunto, os filmes/telefilmes são os mais influentes; os de artes e media os menos.

Quando se considera a frequência de exibição, o primeiro lugar mantém-se inalterado (telenovelas), os serviços noticiosos ascendem ao segundo lugar, os desenhos animados intrometem-se no grupo da frente e os talk shows regridem para a quarta posição.

Do escrutínio das funções principais dos conteúdos exibidos resulta que entreter se aproxima dos três quartos do tempo total de emissão. Informar, com um quarto da duração, é a segunda função a emanar dos conteúdos que a SIC oferece aos seus públicos.

Formar e promover/divulgar também sobressaem como função central de determinados programas exibidos em 2016, mas com um impacto mínimo. A primeira é assegurada por educativos infantis/juvenis; a segunda por espaços de direito de antena.

A SIC exibiu um total de 1036 programas dentro dos limites horários do período nobre, que se traduziram em 834h33m18s de emissão, distribuídos por 12 géneros televisivos distintos. O serviço noticioso – “Jornal da Noite” – equivale a pouco mais de metade da duração dos programas da faixa horária em questão, com a telenovela a surgir no seu encaixe. Agregados, mais de nove horas em cada dez da programação do horário nobre corresponde a um destes géneros. Quando apenas 2,1% corresponde ao peso relativo da duração do terceiro género desta faixa horária – programas de humor –, percebe-se o impacto das categorias dominantes.

Apreciados estes elementos gerais da programação da SIC, considera-se que, em 2016, as opções de programação são parcialmente coerentes com os requisitos de um serviço de programas generalista de um operador licenciado para o exercício da atividade televisiva.

As grelhas de emissão da SIC abrangem diferentes géneros televisivos, 26 no total, preenchendo um dos parâmetros de emissão. Ainda assim, alguns géneros estão muito pouco representados. A SIC deve ainda oferecer uma programação diversificada em diferentes faixas horárias, designadamente no horário nobre, e contribuir para a informação e formação do(s) público(s). Se os conteúdos que visam informar são relevantes na programação da SIC, entende-se que na parte dos programas formativos a oferta é insuficiente, havendo uma clara aposta no entretenimento.

Também se realça a pouca diversidade de géneros no preenchimento do horário nobre, sendo que, dos 12 aí identificados, apenas dois géneros – serviço noticioso e telenovela – representam 91,3% da extensão dos programas que integram essa faixa horária.

- TVI

Em 2016, a TVI exibiu 6063 programas, correspondendo a um universo de 6748h09m34s de emissão, que se distribuem por 26 géneros televisivos.

O tempo de emissão da TVI divide-se de forma tripartida por entretenimento, ficção, cuja função também é entreter, e informativos.

Os quatro macrogéneros menos representados arrecadam menos de um décimo da duração total dos programas de 2016, sobressaindo os infantis/juvenis. A contagem fica fechada com uma percentagem residual dos institucionais/religiosos, desportivos [1%] e culturais/conhecimento.

Em número de programas, consolida-se o peso relativo dos infantis/juvenis, que se aproximam dos informativos e que se mantêm na terceira posição.

A telenovela é o género com a maior carga horária, ocupando exatamente um quinto das horas anuais de programação, ligeiramente abaixo, surgem os talk shows. Serviços noticiosos e magazines informativos são as categorias seguintes. A soma destes quatro géneros ultrapassa os três quintos do tempo de emissão anual da TVI.

No indicador de frequência, a telenovela também se destaca, seguindo-se os serviços noticiosos e os reality shows.

Em 2016, aproximadamente três quartos das horas de programação da TVI têm o entretenimento dos públicos como vocação. Informar é a segunda função com mais horas de emissão, arrecadando um quarto da duração total. O tempo residual remanescente cumpre a função promover/divulgar. Regista-se a ausência da função formativa como objetivo central dos conteúdos difundidos. Em anos anteriores já se assinalara a sua baixa representação, com valores na casa de um a dois pontos percentuais.

No horário nobre, fixado entre as 20h00 e as 23h00, a TVI exibiu 14 géneros de programação televisiva, num total de 971 exibições para 851h32m55s de emissão. São dois os géneros mais marcantes: serviços noticiosos e telenovelas. O terceiro género, concurso/jogo, fica-se pelos 5,9% das horas de emissão.

A soma dos dois géneros cimeiros representa mais de quatro quintos da duração dos programas exibidos naquele horário, traduzindo uma concentração da oferta de horário nobre, com prejuízo da diversidade.

Neste intervalo temporal, são apenas duas as funções da programação, com uma distribuição muito próxima entre si: informar e entreter.

Apreciados estes elementos gerais da programação da TVI, considera-se que, em 2016, as opções de programação são parcialmente coerentes com os requisitos de um serviço de programas generalista de um operador licenciado para o exercício da atividade televisiva.

As grelhas de emissão da TVI abrangem diferentes géneros televisivos, 26 no total, preenchendo um dos parâmetros de emissão. Ainda assim, alguns géneros estão muito pouco representados. A TVI deve ainda oferecer uma programação diversificada em diferentes faixas horárias, designadamente no horário nobre, e contribuir para a informação e formação do(s) público(s). Da sua programação também deve constar a transmissão de uma missa dominical.

Os conteúdos de entretenimento têm uma projeção clara na programação da TVI, destacando-se em número e tempo de emissão.

Da programação deste serviço de programas constam formatos clássicos de informação e conteúdos que, inseridos noutras grandes categorias de género, têm como missão informar os públicos. Relativamente à vertente da formação, não se observa a mesma correspondência nas grelhas de emissão da TVI.

A missa faz parte da emissão dominical da TVI, durante todo o ano de 2016.

O horário nobre é pouco diversificado, de entre os 12 géneros identificados, apenas dois aglutinam mais de quatro quintos da duração das exibições. São eles: serviço noticioso e telenovela, o que reduz os demais a uma ínfima aparição durante o período nobre.

#### DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO INFORMATIVA

- RTP1

A RTP1 tem obrigações específicas relativamente a formatos e regularidade de emissão da programação de informação.

Em 2016 foram contabilizados 2141 programas informativos, a que corresponderam 2338h25m39s de emissão, e que se distribuem por sete géneros: magazine informativo (o de maior duração), serviço noticioso (o mais frequente), debate, reportagem, entrevista, edição especial e comentário.

Foram exibidos magazines informativos diários como “Bom Dia Portugal” e “Portugal em Direto”, assim como os serviços noticiosos “Jornal da Tarde”, “Telejornal” e “Manchetes 3”, que asseguram as exigências de emissão de «espaços regulares diários em que sejam noticiados e devidamente contextualizados os principais acontecimentos nacionais e internacionais».

O CCSPRT estabelece uma frequência mínima de três edições diárias de noticiários. Considerando-se unicamente os serviços, que agregam 973 edições, a RTP1 aproxima-se de cumprir o exigido (2,7 por dia). Se se alargar a noção de noticiário aos magazines informativos diários sobre temas da atualidade, a cifra diária de “espaços noticiosos” responde aos valores impostos.

É semanal a frequência exigida aos programas de debate e entrevista semanal. O “Prós e Contras” mantém-se como um dos sustentáculos na concretização do que respeita à emissão semanal de «espaços regulares de debate, com intervenção de personalidades representativas da vida política e social portuguesa», juntando-se-lhe, em 2016, os programas “Decisão Nacional” e “O Outro Lado”, entre outros. Semanalmente, o programa “Grande Entrevista” também assegura o estipulado, juntamente com outras entrevistas pontuais.

A RTP1 deve exibir, quinzenalmente, espaços regulares de grande reportagem. As 79 edições identificadas, com títulos como o “Sexta às 9”, concretizam este requisito.

- RTP2

Na RTP2, a informação arrolou 2771 programas, que somaram 2731h06m17s de emissão, distribuindo-se por seis géneros.

O segundo serviço de programas da RTP deve assegurar «espaços de informação diários que, de modo contextualizado e aprofundado, desenvolvam o tratamento de matérias da atualidade nacional, regional e internacional». Os serviços noticiosos – “Euronews”, “Jornal 2” e “Repórter África” – são líderes na programação informativa. Magazine informativo, entrevista, debate, comentário e boletim meteorológico são os outros géneros de informação.

- SIC

Em 2016, a SIC exibiu 1393 programas de informação, com 1408h41m09s de emissão, repartindo-se por quatro géneros de programação.

Verifica-se uma hegemonia evidente dos serviços noticiosos. Os outros géneros informativos são: magazine informativo, edição especial e reportagem.

Nesta matéria, a SIC tem como imposições específicas a emissão de «um mínimo de três blocos noticiosos diários» e de «programas de informação dos subgéneros debate e entrevista,

autónomos em relação aos blocos noticiosos diários, com periodicidade não inferior a semanal».

O peso dos serviços noticiosos no quadro da programação informativa anual da SIC é evidente, com a sua exibição a aproximar-se dos mínimos requeridos. “Edição da Manhã”, “Primeiro Jornal” e “Jornal da Noite” são os títulos de 2016, com um total de 981 exibições (2,7 por dia).

Para a interpretação destes valores há que realçar a substituição de um bloco informativo da hora de almoço e de um da noite por edições especiais de informação, uma por ocasião do Euro 2016, outra das eleições presidenciais nacionais, assim como o facto de a “Edição da Manhã” apenas ser transmitida durante a semana.

No quadro da programação informativa, regista-se a ausência de debates e entrevistas regulares e independentes dos blocos noticiosos diários, o que frustra uma das condições de emissão assumidas pela SIC.

- TVI

A análise específica dos géneros informativos na programação da TVI engloba 1081 programas, com 1622h59m37s de duração, distribuídos por cinco géneros de programação: serviço noticioso, magazine informativo, edição especial, reportagem e entrevista.

Os serviços noticiosos e magazines informativos são os garantes desta categoria de programação, em duração e em número de exibição. A preponderância dos dois géneros retira expressão aos restantes. A presença regular e autónoma de programas de reportagem e de entrevista é quase nula, com duas e uma edição, respetivamente. Oito especiais de informação completam a lista.

Relativamente à informação, a TVI tem como imposições específicas a emissão de «um mínimo de três blocos noticiosos diários» e de «programas de informação dos subgéneros debate e entrevista, autónomos em relação aos blocos noticiosos diários, com periodicidade não inferior a semanal».

Quando se consideram apenas os programas classificados como serviços noticiosos – 366 edições do “Jornal da Uma”, 365 edições do “Jornal das 8” e duas edições de “Notícias” – a média diária é de duas edições/dia. Ampliando o conceito de “bloco noticioso” aos magazines informativos sobre a atualidade – 260 exibições de “Diário da Manhã” –, o rácio sobe para 2,7 edições de programas noticiosos diários.

Apesar do incremento, globalmente, a TVI não assegura esta obrigação contratual. Ainda que assim seja, assinala-se que esta imposição é acatada durante a semana, período em que os dois serviços informativos e o magazine diário fazem parte dos alinhamentos diários. A desconformidade acontece durante o fim de semana, por ausência daquele último das suas grelhas matinais de emissão.

Na esfera da informação, não se identifica a concretização da emissão semanal de debates e entrevistas fora dos blocos noticiosos diários. Em 2016, a opção da TVI continua a ser a de integrar os dois subgéneros nos noticiários.

Ao longo do ano identifica-se apenas uma entrevista autónoma, assim como a presença pontual de oito edições especiais, que se destinaram a debater e analisar temas prementes da atualidade como as eventuais sanções europeias a Portugal, o Brexit e as suas implicações para o futuro da Europa, o sismo em Itália, ou as eleições presidenciais nacionais e a posterior cerimónia de tomada de posse.

## DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO INFANTIL/JUVENIL

### • RTP1

Em 2016, os programas infantis/juvenis são dos menos expressivos na programação da RTP1, registando 711 exibições, 155h37m20s de emissão e repartindo-se por cinco tipologias de programação.

A LTSAP e o CCSPRT estabelecem que a RTP1 apresente «programas educativos de entretenimento» para os mais novos, garantindo «espaços regulares de programação lúdica, formativa e educativa».

Os desenhos animados dominam em ambos os critérios de análise (duração e número de programas), seguindo-se os educativos infantis/juvenis.

No que concerne às funções desempenhadas pela programação infantil/juvenil, entreter lidera, com valores na ordem dos 65 pontos percentuais, acompanhada da função formar.

Os conteúdos infantis/juvenis da RTP1 fazem parte dos alinhamentos das manhãs dos fins de semana, registando-se duas edições em dias feriados durante a semana, no mesmo período.

### • RTP2

Nas grelhas de emissão da RTP2, o destaque horário e de assiduidade nas grelhas de emissão pertence aos conteúdos infantis/juvenis. São 14254 programas, com 2731h06m17s de duração, segmentados por sete categorias de género.

O segundo serviço de programas generalista do operador público também deve incluir programas educativos e de entretenimento destinados ao público infanto-juvenil e que contribuam para a sua formação, tendo essa incumbência uma regularidade diária.

Os espaços “Zig Zag”, com duas exibições diárias, e “Desalinhado”, com exibição de segunda a sexta-feira de manhã ou de tarde, são estruturais na programação da RTP2 para estes públicos, ainda que se encontrem alguns exemplos fora destes espaços.

Entreter é a função dominante nos conteúdos dirigidos aos espectadores mais jovens, representando três quartos da sua duração, formar corresponde a um quinto do tempo. Informar também surge nos infantis/juvenis da RTP2, mas com menor intensidade.

### • SIC

Em 2016, a SIC contemplou 1294 programas infantis/juvenis, num acervo de 534h12m de emissão e a presença de cinco géneros.

Os desenhos animados e a ficção infantil/juvenil, ambos com mais de 200 horas de emissão/ano, são as grandes apostas da SIC para os mais novos.

Entreter é quase totalitária em termos das funções deste tipo de programas, também se detendo as funções formar e informar.

A SIC deve exibir diariamente, durante as manhãs ou às tardes, conteúdos para os mais novos. Os dados apontam para uma forte concentração destes conteúdos no período da manhã, quase exclusivamente aos sábados e domingos. Durante os dias de semana assiste-se a um cenário praticamente desprovido de programação infantil/juvenil, contrariamente ao que seria expectável para que a SIC atingisse a fasquia da emissão diária deste tipo de conteúdos, um dos requisitos do seu licenciamento.



- TVI

A TVI incluiu 965 programas infantis/juvenis na sua programação de 2016, num total de 532h55m36s de emissão, que se distribuíram por três géneros televisivos.

A ficção infantil/juvenil representa sensivelmente metade da duração dos conteúdos para os públicos mais novos, seguem-se os desenhos animados, que são os mais frequentes, e as telenovelas infantis/juvenis.

A programação infantil/juvenil concentra-se em exclusivo na função entreter.

De acordo com o estipulado, a TVI deve incluir programas para os públicos infantis/juvenis, numa base diária, no período da manhã ou da tarde.

Os dados relevam que as manhãs dos fins de semana são o palco privilegiado para a exibição destes conteúdos, especialmente desenhos animados e ficção, tendo ainda expressão durante as tardes dos dias de semana, sobretudo as telenovelas.

A TVI tem conteúdos infantis/juvenis de manhã e de tarde, mas não o faz diariamente, na medida em que só conta com este tipo de conteúdos em 195 dias, pouco mais de metade daqueles que perfazem o ano de 2016.

#### DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO CULTURAL/CONHECIMENTO

- RTP1

A RTP1 exibiu 828 programas enquadrados nos culturais/conhecimento, distribuídos por sete géneros e 386h29m12s de emissão/ano.

Em 2016, os documentários são os mais relevantes, ocupando cerca de um terço das horas da categoria, seguindo-se humanidades e espetáculos.

Os serviços de programas generalistas devem promover a cultura e o conhecimento. Enquanto serviço de programas do operador público de televisão, a RTP1 deve apresentar uma programação de referência, qualitativamente exigente e que valorize cultural e educacionalmente os cidadãos, assim como estimule a criatividade e a promoção do experimentalismo audiovisual.

O CCSVRT refere que a RTP1 deve satisfazer as necessidades formativas, informativas, culturais e recreativas do grande público, com a transmissão de programas culturais, espaços regulares de difusão de documentários originais, focando a realidade social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística portuguesa, de divulgação de obras, criadores e instituições culturais portuguesas, grandes espetáculos culturais ou artísticos, em direto ou diferido, designadamente óperas, concertos, peças teatrais, bailados ou outras artes performativas, espaços dedicados à música portuguesa.

A periodicidade dos programas de divulgação cultural deve ser semanal; dos documentários mensal; dos grandes espetáculos culturais ou artísticos e para os programas dedicados à música portuguesa deve ser bimestral.

Em 2016, os programas de informação cultural – “Janela Indiscreta” e “Todas as Palavras” –, soma 167 exibições e 61h48m33s de emissão, preenchendo o requisito de regularidade semanal para este tipo de programas. A presença de documentários também garante a regularidade mensal. No contexto cultural, a RTP1 exibiu 35 espetáculos, cumprindo a cadência mensal exigida.

- RTP2

A RTP2 exibiu 4165 programas classificados como culturais/conhecimento, correspondendo a 1747h30m37s de emissão e sete géneros televisivos.

O documentário é o género mais extenso, a informação cultural o mais frequente.

A RTP2 deve ter uma forte componente cultural e formativa e abertura à sociedade civil, assegurar uma programação cultural de qualidade e distintiva dos demais serviços de programas do operador público, constituindo-se como uma alternativa à oferta da RTP1 e às ofertas de programação cultural do mercado, difundindo conteúdos audiovisuais que confirmam visibilidade a temas, causas e ideias com interesse para segmentos diversificados do público. Deve conceder particular relevo à inovação, privilegiando a criatividade, a originalidade e o sentido crítico, valorizando a educação, a ciência, a investigação, a saúde, a ação social, a igualdade de género, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar, as confissões religiosas, o ambiente e a defesa do consumidor, entre outros, com abertura à participação das entidades correspondentes na sua programação.

Verifica-se que os programas de cultura/conhecimento estão entre os mais valorizados na programação da RTP2, rondando um quinto das horas de emissão e da frequência, o que os distingue dos outros serviços de programas generalistas em análise, em harmonia com as exigências que se lhe aplicam.

- SIC

Em 2016, a SIC exibiu 166 programas classificados no quadro da programação de cultura/conhecimento, num total de 122h28m47s de emissão e quatro géneros televisivos.

Assiste-se ao predomínio dos documentários, que concentram seis horas em cada dez correspondentes a esta categoria. Os programas de informação cultural são o segundo género. Seguem-se os espetáculo e, residualmente, artes e media.

A programação dedicada a estes temas valoriza quase exclusivamente a função informar, assinalando-se a presença de oito espetáculos cuja função é entreter.

Enquanto serviço de programas generalista, a SIC deve contribuir para a formação e informação dos públicos, através da exibição de conteúdos relacionados com a cultura e o conhecimento, refletindo os interesses gerais e diversificados do público na sua programação, incluindo grupos minoritários, étnicos, religiosos, culturais e sociais. Deve contemplar programas de natureza cultural e formativa, nomeadamente, obras de criação documental, teatral, cinematográfica e musical, depois das 23 horas, em horário de audiência não reduzida e com periodicidade regular. O fim de semana é o período privilegiado para a emissão destes conteúdos, em particular durante as manhãs. Durante a semana, concentram-se quase exclusivamente nas noites/madrugadas.

Atendendo ao número de programas classificados na categoria dos culturais/conhecimento, num total de 166 exibições em 152 dos 366 dias de 2016, a inclusão deste tipo de opção programática nas grelhas de emissão merecia ser ampliada.

- TVI

Em 2016, a TVI exibiu 54 programas de cultura/conhecimento, que somaram 47h17m37s de emissão, correspondendo a dois géneros televisivos: artes e media e espetáculo.

As 52 edições semanais do programa “Autores” dão ao género artes e media o predomínio dos conteúdos culturais, cuja função principal é informar. Dois espetáculos partilham a função entreter.

A noite/madrugada é o período horário de eleição destes conteúdos, em média a partir da 1h30, em particular nos dias semana.

Enquanto operador licenciado para o exercício da atividade televisiva, a TVI deve ter uma programação diversificada, providenciando a emissão regular de conteúdos culturais e formativos, como obras de criação documental, teatral, cinematográfica ou musical, depois das 23 horas, mas em horário de audiência não reduzida.

Os resultados de 2016 evidenciam uma diversidade muito reduzida de conteúdos de índole cultural e formativa na programação anual da TVI.

#### DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO DE PROMOÇÃO DA DIVERSIDADE CULTURAL E INTERESSES DE GRUPOS MINORITÁRIOS

##### • RTP1

Em 2016, a RTP1 exibiu 29 programas de promoção da diversidade cultural e dos interesses de grupos minoritários residentes no território nacional, que somaram 11h50m21s de emissão. Esses programas/títulos foram os seguintes: 15 edições de “Consigo”; nove edições dos desenhos animados educativos “Paula” (no contentor “Zig Zag”); três edições do programa “Salvador: Podias Ser Tu”; e as edições únicas do “Vivo em Portugal” e da “Missa Especial - Peregrinação Internacional do Migrante”.

Verifica-se uma diminuição de dez edições relativamente a 2015, e um decréscimo de 37 horas para as cerca de 12 horas referidas, o que atesta a tendência de declínio da presença deste tipo de programação na emissão da RTP1.

##### • RTP2

Em 2016, a RTP2 mantém-se na dianteira como serviço de programas generalistas de acesso não condicionado livre com mais conteúdos vocacionados para os grupos minoritários e a promoção da diversidade social e cultural, com 632 exhibições, o equivalente a 381h23m37s de emissão. Relativamente ao ano anterior, estes valores representam uma subida das exhibições e, conseqüentemente, das horas de emissão, indicando a transferência deste tipo de conteúdos para a RTP2.

Os programas identificados distribuem-se por sete categorias de género: religioso, serviço noticioso, documentário, humanidades, espetáculo, institucional e outro (infantil/juvenil). Os espaços dedicados a confissões religiosas são os mais destacados. “A Fé dos Homens” e “Caminhos” são os dois títulos regulares e de continuidade na emissão da RTP2 – o primeiro com 261 edições e 134h40m08s; o segundo com 52 edições e 21h53m20s.

“Repórter África” é outro dos conteúdos que responde às exigências de diversidade social e cultural na programação da RTP2, com 261 edições deste serviço noticioso e 113h07m56s de emissão ao ano.

##### • SIC

A SIC deve refletir os interesses gerais e diversificados do público na sua programação incluindo grupos minoritários, étnicos, religiosos, culturais e sociais.

No âmbito da programação destinada à promoção da diversidade cultural e interesses de grupos minoritários, em 2016, a SIC manteve a exibição do magazine informativo semanal “Etnias”, aos sábados, cerca das 06h00. O programa teve 53 apresentações em antena e somou 30h48m42s de emissão anual, para uma média de 35 minutos por edição.

- TVI

Na sua programação, a TVI deve refletir os interesses gerais e diversificados do público, incluindo grupos minoritários, étnicos, religiosos, culturais e sociais.

No que se refere à programação destinada especificamente a grupos minoritários representados na sociedade portuguesa, manteve-se a exibição semanal do magazine informativo “Todos Iguais”, à segunda-feira, pelas 06h00, num total de 52 que superam ligeiramente as 27 horas de total anual.

#### DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO DO SERVIÇO DE PROGRAMAS TEMÁTICO INFORMATIVO DA RTP

- RTP3

A RTP3, que em 1 de dezembro passou a integrar a oferta da TDT, a emitiu 13731 programas ao longo do ano, correspondentes a 8270h16m46s e cinco grandes categorias de género.

Pela sua orientação temática, os conteúdos informativos continuam a ser a fatia mais saliente da programação em duração e número de programas.

Quebrando a tendência registada em anos anteriores, o macrogénero cultural/conhecimento, em que se incluem os documentários, surge em segundo lugar, em ambos os indicadores. O reforço desta programação evidencia a diversificação da grelha da RTP3, mantendo a sua missão informativa.

Os serviços noticiosos são os mais destacados, seguindo-se os magazines informativos. Em ano de eleições presidenciais, o terceiro género mais expressivo em termos de volume horário foi o debate. Em conjunto, estes três representam 70% da duração total dos programas exibidos em 2016.

Devido à natureza deste serviço de programas, justifica-se que a quase totalidade de horas de emissão estejam associadas à função informar. Seguindo esta lógica, a presença em antena de conteúdos com função dominante entreter, formar ou promover/divulgar é muito reduzida. Os serviços noticiosos regionais “Telejornal Açores” e “Telejornal Madeira” têm emissão diária na RTP3, respondendo à obrigação constante no CCSPRT de «difusão, no território nacional, de programação produzida e difundida pelos serviços de programas de âmbito regional».

Note-se porém que a emissão destes serviços noticiosos acontece na faixa horária noite/madrugada e no início da manhã (com hora de início entre as 4h15 e as 6h03), o que evidencia, apesar do cumprimento formal do requisito contratual, o lugar marginal destes programas.

Os programas “África 7 Dias”, “Repórter África”, “Zoom África” e “África Global” estão vocacionados para a atualidade do continente africano, com laços ao território nacional, e que são produzidos em colaboração com as redações da RTP aí sediadas.

Num ano de eventos desportivos relevantes no contexto nacional e internacional, a importância relativa do tempo de emissão de conteúdos desportivos decresceu ligeiramente na programação da RTP3, quebrando a tendência observada em anos anteriores. Neste caso, teve impacto a complementaridade entre os serviços de programas da RTP.

Em 2016, consolida-se o perfil da RTP3 como serviço de programas temático informativo, com uma crescente componente de programas de índole cultural – como informação cultural, documentários ou humanidades –, cuja função principal é informar os públicos.

## ANÁLISE DA INFORMAÇÃO DIÁRIA - RTP1, RTP2, SIC E TVI

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), no âmbito do Relatório de Regulação que elabora anualmente, analisa a informação diária com base nos noticiários de horário nobre emitidos pelos quatro serviços de programas generalistas de sinal aberto: o “Telejornal” da RTP1, o “Jornal 2” da RTP2, o “Jornal da Noite” da SIC e o “Jornal das 8” da TVI.

Este estudo tem como objetivo verificar a conformidade da informação diária com as obrigações legais a que estão cometidos os operadores televisivos, especificamente, aquelas respeitantes a três dimensões essenciais:

1. Diversidade e pluralismo na informação diária;
2. Rigor e isenção informativos;
3. Proteção de públicos vulneráveis e sensíveis, designadamente menores de idade.

Para cumprir essa missão, o Regulador parte do enquadramento daqueles deveres, sustentados pela Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, pelo Estatuto do Jornalista e pelo Código Deontológico dos Jornalistas, acompanhados pelo Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, e pelos projetos editoriais da informação e programação apresentados pelos operadores privados para a atribuição e renovação de licenças.

A verificação da conformidade da informação diária com os dispostos legais é operacionalizada através de uma grelha de análise de conteúdo composta por variáveis concebidas pelo Departamento de Análise de Media desta Entidade Reguladora e que procuram densificar os conceitos apresentados na Lei.

Os dados resultantes da monitorização dos serviços noticiosos emanam do visionamento e análise de uma amostra de 30 edições exibidas em 2016. A referida amostra contempla um total de 2853 peças emitidas nos blocos informativos e assim distribuídas: “Telejornal” da RTP1, 764 peças; “Jornal 2” da RTP2, 389 peças; “Jornal da Noite” da SIC, 824 peças; “Jornal das 8” da TVI, 876 peças.

Da análise realizada, sobressaem alguns aspetos patentes nos conteúdos informativos diários, que de seguida serão apresentados juntamente com recomendações, de acordo com as três dimensões consideradas – diversidade e pluralismo, rigor e isenção, e proteção de públicos vulneráveis e sensíveis, designadamente menores de idade:

### **1 - DIVERSIDADE E PLURALISMO NA INFORMAÇÃO DIÁRIA**

O conceito de pluralismo nas suas vertentes política, social e cultural constitui um dos valores estruturantes da democracia, sendo com base nessa dimensão que se orienta a presente análise.

Do ponto de vista da regulação, e para efeitos desta análise, a diversidade e o pluralismo são observados, grosso modo, a partir dos temas, protagonistas e fontes de informação das peças, assim como do enfoque geográfico das peças.

#### **GARANTIR UMA INFORMAÇÃO DIVERSA E PLURAL**

Identifica-se diversidade nos temas, contudo as notícias sobre política nacional, futebol e ordem interna têm maior destaque nos quatro noticiários. Portanto, sugere-se a diversificação dos grandes temas dos alinhamentos para além do trio acima indicado, de forma a assegurar uma informação representativa dos diferentes contextos sociais.

Sensibiliza-se para a necessidade de cobertura de uma maior pluralidade de ocorrências, nomeadamente de outras modalidades desportivas além do futebol, e de temas da atualidade que não se confinem a uma abordagem trágica (as catástrofes naturais ou os crimes).

### PROMOVER A DIVERSIDADE GEOGRÁFICA

Alerta-se para a necessidade de cumprir um maior equilíbrio na representação das várias regiões de Portugal, já que a maioria das peças, que referem uma região específica do território nacional, trata sobre assuntos relacionados com a Grande Lisboa.

Simultaneamente, chama-se a atenção para o facto de algumas regiões do país serem associadas regularmente a notícias sobre catástrofes, crimes e atividades policiais.

### DESENVOLVER A DIVERSIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO

Assinala-se uma desproporção na representação das fontes de informação, comprometendo o equilíbrio em termos da origem da informação relatada. A informação oriunda da política nacional e do desporto (futebol) ocupa uma fatia maioritária das peças, ao passo que outras áreas têm uma presença marginal.

Alerta-se também para a diminuta representação, na área do desporto, de fontes de informação provenientes de modalidades desportivas que não as do meio futebolístico.

### FOMENTAR A DIVERSIDADE DOS PROTAGONISTAS

À semelhança do que foi verificado nas fontes de informação, aponta-se a reduzida heterogeneidade dos protagonistas das peças, com claro destaque para os atores da política nacional, do futebol e da ordem interna, enquanto outros contextos sociais se encontram pouco representados.

Identifica-se ainda uma desproporção no protagonismo assumido por homens, em atividades ou contextos sociais em que há também presença de mulheres.

## 2- RIGOR E ISENÇÃO NA INFORMAÇÃO DIÁRIA

A verificação do rigor informativo, componente estruturante do campo jornalístico, pretende avaliar a qualidade, fiabilidade e credibilidade da informação.

Da perspetiva da regulação, no que respeita a esta análise, o rigor será observado através de um conjunto de indicadores abaixo elencados.

### DEMARCAR DE FORMA CLARA INFORMAÇÃO E OPINIÃO

Regista-se positivamente a clara demarcação dos momentos de comentário/opinião realizada pelos noticiários. Contudo, importa sublinhar que tal demarcação deve ser ainda maior quando estiver em causa a distinção das entrevistas (no campo da informação) e dos comentários (no campo da opinião) em estúdio devido à proximidade de formato que apresentam.

### EVITAR ELEMENTOS OPINATIVOS NO DISCURSO DOS OPERADORES

Apesar do conjunto diminuto de peças com elementos opinativos no discurso dos operadores, sensibiliza-se para a necessidade de manter um cuidado permanente de forma a evitá-los nos conteúdos informativos.

### ATRIBUIR SEMPRE A ORIGEM DA INFORMAÇÃO DAS PEÇAS

Embora a generalidade das peças identifique as fontes de informação consultadas, existe uma parte não o faz, em particular peças de curta duração. Assim, considera-se relevante um empenho acrescido na identificação das fontes de informação consultadas.

### RIGOR NA IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO

Grande parte dos conteúdos identifica na sua totalidade as fontes de informação. Porém, uma parte substancial dos mesmos apenas as identifica de forma parcial ou não as identifica de forma nenhuma. Considera-se, portanto, pertinente assegurar que as fontes de informação a que os operadores recorrem sejam, sempre que não esteja em causa a necessidade de as proteger, devidamente identificadas.

### RESPEITAR O CONTRADITÓRIO

As peças sem contraditório não são frequentes na análise, mas registam-se casos em que o rigor noticioso e a diversidade beneficiariam da auscultação de todos os interesses atendíveis.

### IMPORTÂNCIA DA IDENTIFICAÇÃO DO LOCAL ONDE OCORREM OS ACONTECIMENTOS

Em prol do rigor, sensibiliza-se os operadores para a importância de especificar o «onde» dos acontecimentos cobertos, de forma a melhor contextualizar a informação.

Entre os casos registados de parcialidade na identificação do local incluem-se as referências a, entre outros, locais de relevo histórico, político, desportivo (por exemplo, estádios de futebol, avenidas e ruas, monumentos), sem que se refira a cidade onde se situam.

### EVITAR PEÇAS COM ELEMENTOS SENSACIONALISTAS

O tratamento sensacionalista da informação, que coloca em causa o rigor, apesar se ter uma presença diminuta, deve ser evitado.

### INFORMAR PREVIAMENTE SOBRE A EXISTÊNCIA DE ELEMENTOS VIOLENTOS

Chama-se a atenção para a necessidade de, sempre que os conteúdos noticiosos contenham elementos violentos, ser feita a correspondente advertência prévia.

Resulta da análise a existência de peças com elementos potencialmente violentos sem advertência prévia. Salienta-se que, em algumas destas peças, existe também a presença de menores. Nesse sentido, sensibiliza-se para o uso da advertência prévia sempre que esteja em causa a proteção de públicos vulneráveis, designadamente vítimas e crianças.

### PRESERVAR A IDENTIDADE DAS VÍTIMAS

Alerta-se para a importância da ocultação da identidade das vítimas, eliminando referências, por exemplo, a locais de trabalho e residência, realizadas nomeadamente através da divulgação de imagens.

Sublinha-se, ainda, que alguns casos que envolvem vítimas, podem abarcar menores, sujeitando-os consequentemente a uma condição de dupla vulnerabilidade.

Neste contexto, chama-se a atenção para a necessidade de verificação cuidadosa da eficácia das técnicas de ocultação da identidade evitando, por exemplo, casos em que a distorção da imagem não acompanhe os rostos a ocultar quando estes se movem.

## 3 - PROTEÇÃO DE MENORES

A verificação da conformidade com a lei na representação que é feita de menores de idade na informação diária tem como pressuposto a sua proteção, nomeadamente em situações de vulnerabilidade física ou psicológica.

Da perspetiva da regulação, no que respeita a esta análise, as matérias respeitantes aos menores serão analisadas através de um conjunto de indicadores próximos da dimensão do rigor informativo.

### PRECAVER A EXPOSIÇÃO DE MENORES EM SITUAÇÕES DE VULNERABILIDADE FÍSICA E PSICOLÓGICA

De uma forma global, os menores surgem mais frequentemente em peças sobre atentados e terrorismo, conflitos armados e restantes crimes e formas de violência. Alerta-se, assim, para o facto de se verificar uma tendência de associação dos menores a temáticas com uma carga mais violenta e dramática.

Para além disso, nestes conteúdos os menores são, muitas vezes, representados enquanto vítimas de guerra/catástrofes naturais ou de crimes, encontrando-se em situações de maior

vulnerabilidade física e psicológica.

Sensibiliza-se também para a necessidade de acautelar a proteção da identidade dos menores, sobretudo em peças sobre crimes e formas de violência.

#### PROTEGER A IDENTIDADE DOS MENORES

Apesar do número reduzido, alerta-se para o facto de se registarem casos de menores na situação de vítimas passíveis de serem identificados.

Sensibiliza-se também os operadores para a necessidade de utilização do mecanismo de advertência prévia nas peças com menores que apresentam elementos violentos.

Similarmente, sublinha-se a relevância de aplicar técnicas de ocultação aos menores, acautelando a proteção da sua identidade.

#### ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

A ERC analisou regularmente o anúncio da programação nos serviços de programas generalistas nacionais RTP1, RTP2, SIC e TVI durante o ano de 2016, recorrendo a uma amostra correspondente a uma semana/mês, tendo-se registado um total de 174 situações de alteração da programação ao longo do período analisado, com o maior número de casos de alterações à programação a verificar-se na RTP1 (76) e o menor número de casos a verificar-se na SIC (5).

Foram, assim, os dois serviços do operador RTP que lideraram o número de alterações de programação, como tem vindo a acontecer nos últimos anos analisados. No entanto, deve referir-se que esta situação fica a dever-se essencialmente ao cumprimento das suas obrigações específicas de operador concessionário do serviço público de televisão, tendo sido, na sua maioria, justificadas ao abrigo do n.º 3 do artigo 29.º da LTSAP.

Analisando a distribuição por mês do total dos casos identificados no cômputo global dos 4 serviços analisados, verificou-se que o mês com maior incidência de ocorrências foi junho (28) e o que registou o menor número foi janeiro (1).

Por sua vez, a maioria das 174 situações de alteração da programação registadas nos serviços de programas regularmente analisados (RTP1, RTP2, SIC e TVI), após verificação dos motivos que estiveram na sua base, foram tidas como justificadas por subsumíveis nas exceções do n.º 3 do artigo 29.º da LTSAP ou, em casos especiais, relevadas pelo Conselho Regulador da ERC pela sua inexpressividade na análise geral.

No ano 2016, foram ainda analisados, por amostragem aleatória de uma semana a um mês, os serviços de programas SPORT TV 2 (temático de desporto, de acesso condicionado, do operador SPORT TV PORTUGAL, S.A.), SPORT TV 4 (temático de desporto, de acesso condicionado, do operador SPORT TV PORTUGAL, S.A.), Canal 180 (temático de conteúdos criativos e culturais, de acesso não condicionado com assinatura, do operador OSTV, Lda.), Porto Canal (autorizado como temático de informação na região norte, de acesso não condicionado com assinatura, passou a generalista pela Deliberação ERC/2016/217 (AUT-TV), de 21 de setembro, do operador Avenida dos Aliados – Sociedade de Comunicação, S.A.), TV Séries (temático de séries, de acesso condicionado, do operador NOS LUSOMUNDO TV, S.A.), Cinemundo (temático de cinema, de acesso não condicionado com assinatura, do operador Cinemundo, Lda.), SIC Caras (temático de conteúdos de entretenimento e ficção, de acesso não condicionado com assinatura, do operador SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A.), A Bola TV (temático de conteúdos relacionados com o desporto, de acesso não condicionado com assinatura, do operador VICRA



Comunicações, Lda.) e Canal Panda (temático infantil e juvenil, de acesso não condicionado com assinatura, do operador DREAMIA – Serviços de Televisão, S. A.).

As verificações dos serviços de programas SPORT TV 2, Canal 180, Porto Canal e TV Séries foram integradas na avaliação intercalar efetuada às autorizações dos referidos serviços, sendo que nenhuma análise originou a abertura de procedimento contraordenacional.

No que se refere aos restantes serviços de programas, SPORT TV 4, Cinemundo, SIC Caras, A Bola TV e Canal Panda, as análises foram realizadas no âmbito das fiscalizações ordinárias levadas a cabo pelos serviços da ERC, nos termos das tarefas previamente definidas para cada ano, tendo a ERC arquivado todos os procedimentos por considerar que a grande maioria das situações detetadas se poderem justificar ao abrigo das exceções do artigo 29.º da LTSAP.

Em 2016 não foram abertos processos contraordenacionais com base nas análises efetuadas, no entanto, ao longo do ano em análise, e sempre que se mostrou adequado, os operadores foram alertados para a necessidade de cumprirem escrupulosamente as exigências legais relativas ao anúncio da programação, nomeadamente através de uma gestão expedita da publicidade, designadamente reduzindo as autopromoções (que não têm implicações com entidades terceiras), com o objetivo último de minorar as implicações efetivas na sua programação.

#### PUBLICIDADE TELEVISIVA

No ano de 2016, foram analisados os diferentes tempos de mensagens que preenchem os intervalos nos serviços de programas generalistas, RTP1, SIC e TVI, através dos quais se pode concluir que a maior parte desse tempo é ocupado com autopromoções.

No que respeita ao cumprimento das normas previstas na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, em matéria de separação, identificação e inserção das mensagens publicitárias na televisão, tendo presente o disposto nos artigos 40.º-A, 40.º-B, 40.º-C, 41.º, 41.º-A e 41.º-C da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, verificaram-se algumas situações de incumprimento que culminaram na abertura de procedimento contraordenacional.

Foram registadas situações pontuais de inobservância na identificação de mensagens publicitárias, em especial no que respeita às ‘ajudas à produção’ e ‘telepromoções’, tendo os operadores sido sensibilizados para o cumprimento das normas supra.

#### ACESSIBILIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

O Plano Plurianual, aprovado pela Deliberação 4/2014 (OUT-TV), de 2 de janeiro, no período anual em análise, de 2016, defeniu obrigações para os operadores de televisão de serviço público e para os operadores privados, com serviços de programas generalistas e temáticos de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional.

Os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de âmbito nacional, do serviço público de televisão, no que respeita à legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, não cumpriram as obrigações estipuladas no Plano Plurianual. A RTP 1 apenas atingiu o disposto no Plano Plurianual, de 16 horas, em 2 semanas e a RTP2 não cumpriu o volume mínimo de 20 horas em 4 semanas.

No que respeita à língua gestual portuguesa o serviço de programas RTP1 cumpriu o estipulado no Plano Plurianual ao contrário da RTP2 que não o cumpriu em 28 semanas.

Na acessibilidade referente à audiodescrição, os serviços de programas de televisão do operador público, RTP1 e RTP2, cumpriram as obrigações estipuladas no Plano Plurianual.

O serviço de programas temático de acesso não condicionado com assinatura vocacionado para a área informativa, RTP 3, apenas não cumpriu o disposto no Plano Plurianual em 19 semanas das 52 analisadas do ano de 2016.

Os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de âmbito regional, RTP Madeira e RTP Açores, cumpriram o disposto no Plano Plurianual quanto à acessibilidade de língua gestual portuguesa.

Nos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de cobertura nacional, quanto à legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, a SIC não cumpriu as obrigações do Plano Plurianual em 17 semanas do ano de 2016 e a TVI não cumpriu em 29 semanas do ano de 2016 e em 2 semanas do ano de 2017.

No que respeita à língua gestual portuguesa e à audiodescrição, os serviços de programas, SIC e TVI, cumpriram as obrigações previstas no Plano Plurianual.

Ainda referente à acessibilidade de língua gestual portuguesa, no período analisado, não foram cumpridas as obrigações do Plano Plurianual, pelo serviço de programas SIC Notícias e TVI 24 em 5 e 9 semanas, respetivamente.

O serviço de programas CMTV apenas cumpriu as obrigações decorrentes do Plano Plurianual, quanto à acessibilidade de língua gestual portuguesa, em 7 semanas do período analisado.

Os géneros de programas com acessibilidade no serviço público de televisão, respeitante à legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva são o documentário, a ficção e o magazine/cultural/conhecimento; referente à língua gestual portuguesa são a informação, o entretenimento, documentário/magazine e o religioso, e por último para a audiodescrição, a ficção e o documentário.

Os géneros de programas com acessibilidade no serviço privado de televisão, respeitante à legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva são a ficção, referente à língua gestual portuguesa são a informação, o entretenimento e o religioso e por último para a audiodescrição são a ficção e o documentário.

Em 2016, foram abertos 2 (dois) processos contraordenacionais ao abrigo do disposto no artigo 76.º, n.º 1, alínea a), da LTSAP, com fundamento no desrespeito do artigo 34.º, n.º 3 da LTSAP, contra a COFINA MEDIA, SA, no serviço de programas CMTV - Deliberação ERC/2016/205(OUT-TV) e RTP-Rádio e Televisão de Portugal, SA, no serviço de programas RTP1 - Deliberação ERC/2016/221(OUT-TV).

#### NÍVEIS DE VOLUME SONORO NAS EMISSÕES DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

A ERC iniciou, em junho de 2016, a monitorização das emissões televisivas, quanto à variação do volume sonoro entre a programação e a publicidade ou televenda.

No final de 2016, terminou a fase de adaptação concedida aos operadores de televisão para normalizarem o volume sonoro das suas emissões.

Das amostras recolhidas, verificaram-se desconformidades nos serviços de programas *RTP1, Canal Panda e Panda Biggs*.

O operador *RTP* comunicou, a 10 de janeiro de 2017, que o incumprimento da Diretiva 2016/1 se deveu a problemas técnicos no processador que haviam adquirido. Estes problemas já foram corrigidos e as emissões da *RTP* apresentam, desde janeiro de 2017, níveis de volume sonoro adequados.

O operador *DREAMIA* revelou preocupação face às desconformidades registadas, comprometendo-se a efetuar os mecanismos de controlo necessários para a normalização das emissões e cumprimento do normativo.

Por seu lado, os valores de volume sonoro registados nos serviços de programas *SIC*, *TVI*, *CMTV* e *SIC K* encontram-se nos níveis adequados.

#### DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

Os serviços de programas de âmbito nacional dos operadores de televisão sob jurisdição do Estado Português devem dedicar pelo menos 50% da sua emissão à difusão de programas originariamente em língua portuguesa e pelo menos 20% do tempo da emissão a obras criativas de produção originária em língua portuguesa, nos termos do artigo 44.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

Em 2016, dos 47 serviços televisivos avaliados, 30 serviços dedicaram 50% das suas emissões à difusão de programas em língua portuguesa. No que respeita à difusão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, 22 serviços cumpriram o valor estipulado. De salientar que os restantes não cumpriram, em grande parte, devido à natureza específica dos serviços temáticos, de acordo com o previsto no n.º 1 do artigo 47.º da LTSAP, todavia tal não os isenta do cumprimento das obrigações acima referidas.

A ERC tem vindo a incentivar os operadores ao cumprimento da difusão de obras audiovisuais em Língua Portuguesa, contudo deverá atender-se aos projetos editoriais autorizados, assim como às especificidades do mercado em que atuam. É assinalável o retrocesso em matéria de obras criativas fruto da introdução da contabilização das cinco primeiras repetições (nº 4, do artigo 44.º da LTSAP).

#### DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: PRODUÇÃO EUROPEIA E INDEPENDENTE

Os operadores de televisão, que explorem serviços de cobertura nacional, devem dedicar uma percentagem maioritária da sua emissão à difusão de obras europeias e pelo menos 10% desta programação a produção independente, produzida há menos de cinco anos, nos termos dos artigos 45.º e 46.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

Em 2016, dos 47 serviços televisivos avaliados, 34 serviços incorporaram uma percentagem maioritária de obras de produção europeia. De salientar que os restantes não cumpriram, em grande parte, devido à natureza específica dos serviços temáticos, de acordo com o previsto no n.º 1 do artigo 47.º da LTSAP, todavia tal não os isenta do cumprimento das obrigações acima referidas.

O mesmo se aplica no caso da produção independente recente, cuja quota não foi atingida por 16 de programas analisados, *SIC K*, *TVI24*, *TVI Ficção*, *TVC3*, *TVC4*, *TV Séries*, *Cinemundo*, *MOV*, *Panda Biggs*, *Hollywood*, *Canal BLAST*, *Q*, *Porto Canal*, *MTV Portugal*, *Localvisão TV* e *CMTV*, em virtude da especificidade temática destes serviços.

De referir que apesar da natureza temática dos canais, constante dos títulos habilitadores para o exercício da atividade de televisão, não ser favorável a atingirem as quotas supramencionadas, tal não os isenta das referidas obrigações. Assim, em alguns casos, foram tomadas medidas preventivas para que os serviços alcancem progressivamente as quotas, com resultados satisfatórios, à exceção dos serviços TVC3 e TVC4 que se situaram aquém das metas previstas para 2016 na difusão de obras de produção europeia.

Relativamente à incorporação de obras de produção europeia nos catálogos dos serviços audiovisuais a pedido, verifica-se que em todos os serviços analisados é superior a 20%, chegando a alcançar 38%, na NOS, operador com maior número de obras em catálogo.

## O MERCADO AUDIOVISUAL PORTUGUÊS

O desporto e religião marcaram as temáticas dominantes nas autorizações para a atividade de televisão, em 2016. Surge o primeiro serviço de programas de desporto- SPORT TV+ - do grupo da SPORT TV Portugal, SA, de acesso não condicionado e o primeiro serviço de natureza religiosa sob jurisdição nacional - Kurios TV.

O volume de produções de origem nacional, no conjunto dos quatro serviços de programas generalistas, representa uma percentagem maioritária do total de programas exibidos nos referidos serviços (53,9%).

Quanto aos macro géneros exibidos, no conjunto dos quatro serviços generalistas, o entretenimento assume o maior volume, com 4310 horas, seguido pela ficção, 2023 horas, programais culturais, com 732 horas e infantis/juvenis, 458 horas.

Nas produtoras nacionais independentes, regista-se uma diminuição do volume de horas produzidas pelas produtoras presentes no ranking, de 6031h, em 2015, para 5521h, em 2016, ano em que a Fremantlemedia lidera o ranking.

Ao nível dos países fornecedores de conteúdos para o mercado nacional, os Estados Unidos da América são o principal país fornecedor de conteúdos para os serviços de programas generalistas. Tal como em 2015, os EUA e a Suíça lideram o ranking dos países com maior volume de conteúdos exibidos nos referidos serviços, tendo-se assistido a uma diminuição do número de horas entre 2015 e 2016.

Relativamente a 2015, assiste-se à entrada no ranking da Austrália, o que se prende com a exibição das produções com esta origem pelo serviço de programas RTP2.

Em 2016, assistimos ao retomar das matinées de cinema na SIC. No conjunto dos quatro serviços de programas, os EUA continuam a ser o país com maior predominância nas produções cinematográficas, contudo o ano fica marcado pelo decréscimo de transmissão de obras cinematográficas de 1ª exibição, nomeadamente as que têm origem nos EUA.

Quanto aos principais produtores de conteúdos para a produção infantil-juvenil, verifica-se que, nos serviços de programas generalistas, uma preponderância de conteúdos com origem na Europa, seguida do continente Americano, com a expressividade que assume a Argentina.

No que se refere aos temáticos infantis-juvenis, Portugal assume a posição de liderança, com cerca do dobro das horas provenientes dos EUA, em especial pelo contributo dos serviços de programas do operador DREAMIA – Canal Panda e Panda Biggs.

Ao nível das exportações de produção audiovisual nacional, a telenovela portuguesa é o produto com maior penetração nos mercados da América Latina e alguns territórios de África. Contudo, a Europa, em especial o leste europeu, tem vindo a adquirir produções de origem nacional.

A TVI assume neste mercado um papel relevante, com mais de duas dezenas de telenovelas vendidas e exibidas nos quatro continentes.

## A ERC EM 2016 - NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

São os seguintes os números mais relevantes sobre a atividade da ERC em 2016:

**281** Deliberações

**49** Reuniões do Conselho Regulador

**1** Audição do Conselho Regulador na Comissão Parlamentar de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto

**1** Reunião do Conselho Consultivo

### **E ainda:**

**8017** Entradas

**2 031** Processos abertos

**64** Recursos humanos

**55 104,70** Euros investidos em estudos/pareceres realizados por entidades externas (universidades e outras entidades especializadas)

**4** Publicações:

- Relatório de Regulação 2015
- Relatório de Atividades e Contas 2015
- Relatório de Acompanhamento da Observância do Princípio do Pluralismo Político – Informação Televisiva Diária e Não-Diária, RTP1, RTP2, SIC, TVI, RTP Informação/3, RTP Açores e RTP Madeira - 2015
- Estudo As Novas Dinâmicas do Consumo Audiovisual em Portugal

### **Outros dados em 2016:**

**2 127 172,87** Euros de montante cobrado líquido referente à taxa de regulação e supervisão

**83 398,85** Euros investidos em sistemas de informação

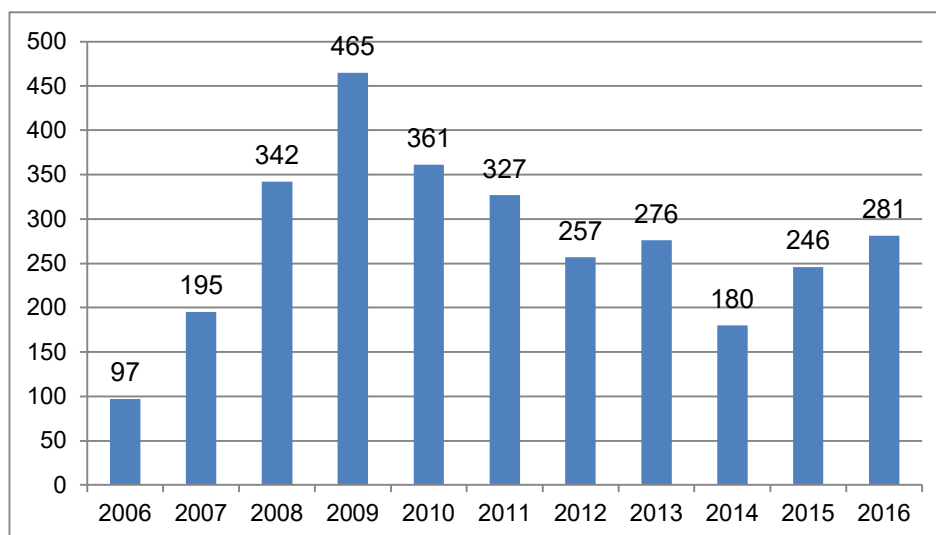
## DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR

### A atividade deliberativa em números

Em 2016, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social cumpriu 10 anos de atividade. Um percurso pautado pela defesa do respeito de direitos, liberdades e garantias fundamentais dos cidadãos e órgãos de comunicação social, no espaço mediático sob jurisdição do Estado Português, e cumprimento de uma função basilar num estado de direito democrático.

A actividade deliberativa da ERC, no acumulado dos 10 anos, saldou-se na produção de 3.027 deliberações. As restantes situações analisadas pelos serviços da ERC foram concluídas com um esclarecimento sob a forma de informação ou com a comunicação da decisão de arquivamento.

**Fig. 1 – Quadro evolutivo do total de Deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador. Dados entre 2006 e 2016.**



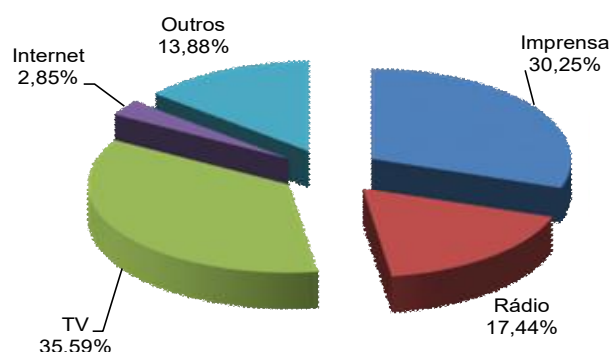
O Conselho Regulador da ERC é o órgão colegial responsável pela definição e implementação da actividade reguladora da ERC e é a este que compete a adoção das deliberações, após proposta dos serviços da Entidade. Refira-se também que os Estatutos da ERC determinam que este órgão só pode reunir e deliberar com a presença de três dos seus membros, uma vez que as deliberações são tomadas por maioria, exigindo-se em qualquer caso o voto favorável de três elementos.

Por regra, a ERC divulga no seu [sítio eletrónico](#), após o término das reuniões do Conselho e, em cumprimento do disposto no artigo 28.º, n.º 4, dos seus Estatutos, uma síntese do sentido das deliberações aprovadas. Quando considera que as partes interessadas em cada caso já foram notificadas, a Entidade disponibiliza também nesse endereço o acesso ao texto integral das deliberações, uma publicação que ocorre desde a sua entrada em funções, em 2006. As deliberações encontram-se organizadas pelas seguintes categorias temáticas de intervenção: Autorizações, Conteúdos jornalísticos e rigor informativo, Conteúdos programáticos, Direito de resposta e de rectificação, Direitos dos jornalistas, Licenças, Obrigações de programação, Outros, Parecer legislativo, Pedidos de Parecer, Pluralismo, Publicidade, Registo dos órgãos de Comunicação Social e Sondagens.

Em 2016, a ERC manteve-se sob a orientação do segundo ciclo de Conselheiros da Entidade. Estes membros completaram, no dia 9 de novembro de 2016, os cinco anos de exercício previstos no mandato. Contudo, em virtude de a sua substituição não ter sido determinada pela Assembleia da República, com a formalização dos novos nomes para desempenharem essas funções, mantiveram-se em exercício para além dessa data.

O Conselho Regulador fechou o ano 2016, com menos um elemento, em resultado de a Vogal, Professora Dra. Raquel Alexandra Castro ter apresentado a renúncia ao cargo, com efeitos a 1 de dezembro.

**Fig. 2 - Percentagem das deliberações aprovadas por órgãos de comunicação social. Agregado do ano 2016.**



A maior fatia das deliberações adoptadas em 2016 disse respeito a situações verificadas nos serviços de programas televisivos. Refira-se que a Entidade Reguladora para a Comunicação Social rececionou nesse período a entrada de 1.079 participações relativas a serviços de programas com estas características.

Os três serviços de programas televisivos mais visados nas participações apresentadas na ERC foram a SIC (com 284 queixas), a RTP1 (280 queixas) e a TVI (194 queixas). Seguiram-se os serviços de programas televisivos de acesso não condicionado com assinatura Panda Biggs (com 121 queixas,) o Correio da Manhã TV (com 63 queixas) e a Sporting TV (com 35 queixas). Na SIC, o programa de televisão “A vida nas cartas – O dilema”, foi o que registou o maior número de participações junto da ERC (234) pelo tratamento conferido a um caso de alegada violência doméstica. A deliberação da ERC sobre essa matéria ([Deliberação ERC/2016/207 \[CONTPROG-TV\]](#)) foi no sentido de instar o operador SIC a adotar sempre uma postura consentânea com o respeito pela ética de antena a que está obrigado nos termos do artigo 34.º da Lei da Televisão.

Na RTP1, o maior número de participações recebidas (242) disse respeito à transmissões de corridas de touros. Na [Deliberação ERC/2016/231 \[CONTPROG-TV\]](#), o Conselho Regulador considerou improcedentes as participações recebidas.

Na TVI, o maior número de participações junto da ERC incidiu sobre a alegada ausência do sistema de teletexto na página “888”, na Telenovela “Santa Bárbara”. As 53 queixas rececionadas alegavam um tratamento diferenciado no acesso aos conteúdos por parte dos cidadãos surdos.

Em matéria de televisão, realça-se também, em 2016, a aprovação de uma Diretiva ([Diretiva 2016/1](#)) sobre os parâmetros técnicos de avaliação da variação do volume sonoro durante a



difusão de publicidade nas emissões televisivas. Esta diretiva, que entrou em vigor a 1 de junho, aplica-se a todos os operadores de televisão e distribuição sob jurisdição portuguesa, e visa normalizar a intensidade sonora nas emissões televisivas de forma a assegurar que os níveis de sensação auditiva confortáveis ao telespectador são respeitados, quer durante os intervalos publicitários, quer durante a restante programação.

O ano em questão fica igualmente assinalado pela adoção, por parte do Conselho Regulador, de uma deliberação sobre os critérios para a avaliação do incumprimento do disposto nos n.ºs 3 e 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão, que visam a proteção dos públicos mais sensíveis, em particular crianças e adolescentes. No citado documento, a ERC sistematiza o seu entendimento sobre as temáticas relacionadas com a proteção dos menores, densificando conceitos plasmados na lei da televisão, entre eles, os de violência gratuita e pornografia e assim acredita clarificar a sua posição sobre esta matéria e sensibilizar os operadores de televisão para a salvaguarda destes públicos.

Em 2016, realça-se também na vertente da televisão, a aprovação do Plano Plurianual de obrigações que os operadores de televisão e operadores de serviços audiovisuais a pedido sujeitos à jurisdição nacional devem cumprir, entre 1 de fevereiro de 2017 e 31 de dezembro de 2020, de forma a permitir o acompanhamento das emissões televisivas por pessoas com necessidades especiais, nomeadamente através do recurso à legendagem, à interpretação por meio de língua gestual, à audiodescrição ou a outras técnicas que se revelem adequadas, bem como à disponibilização de menus de navegação facilmente compreensíveis.

Em 2016, 30,91% das pronúncias da Entidade, sob a forma de deliberação, visaram publicações escritas e incidiram sobretudo sobre o teor dos conteúdos jornalísticos publicados, o dever jornalístico de informar com rigor e o exercício dos direitos de resposta e de retificação.

Recordamos que desde que a Entidade iniciou a sua atividade, em 2006, as participações referentes a alegados incumprimentos ou a cumprimentos deficientes dos direitos de resposta e de retificação constituem um quinto do total das queixas rececionadas. A consagração legal destes direitos remonta a 1837 e decorre da constatação de que não basta assegurar a liberdade de criação de empresas de media e a sua liberdade editorial, impondo-se garantir igualmente a existência de meios de proteção dos cidadãos face à comunicação social e de garantia da veracidade informativa.

**Fig. 3 – Agregado das deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador em 2016.**

	Imprensa	Rádio	TV	Internet	Outros	Total
Autorizações	0	16	23	0	0	<b>39</b>
Conteúdos	35	5	40	4	6	<b>90</b>
Proc. Contra-Ordenacionais	10	2	6	0	3	<b>21</b>
Direito de Resposta	33	1	1	2	0	<b>37</b>
Direito dos Jornalistas	0	0	0	1	7	<b>8</b>
Licenças	0	2	0	0	0	<b>2</b>
Obrigações de Programação	0	0	1	0	0	<b>1</b>
Pareceres	0	21	2	0	10	<b>33</b>
Pluralismo	2	1	8	0	0	<b>11</b>
Registos	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Publicidade	0	0	9	0	0	<b>9</b>
Sondagens	5	1	0	0	13	<b>19</b>
Outros	0	0	10	1	0	<b>11</b>
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>39</b>	<b>281</b>

Neste período sobressaem também a quantidade de decisões tomadas por parte do Regulador no que respeita a processos contraordenacionais abertos contra empresas detentoras de meios de comunicação social. Nesse ano, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social deliberou a aplicação de 8 coimas, no valor global de 133 467,53 €, nos termos das seguintes deliberações: Deliberação 1/2016 [CONTJOR-TV-PC], Deliberação 2/2016 [PUB-TV-PC], Deliberação ERC/2016/125 [CONTPROG-TV-PC], Deliberação ERC/2016/151 [CONTPROG-TV-PC], Deliberação ERC/2016/152 [OUT-TV-PC], Deliberação ERC/2016/196 [SOND-PC], Deliberação ERC/2016/262 [CONT-TV-PC] e Deliberação ERC/2016/274 [DR-I-PC]. As coimas foram aplicadas a entidades proprietárias de publicações impressas e serviços de programas televisivos e de rádio.

Uma vez que estas decisões são passíveis de serem impugnadas judicialmente pelos visados, o valor efetivamente cobrado pela Entidade, no ano 2016, foi de 68.155,04 euros €. A Entidade aguarda a pronúncia definitiva e trânsito em julgado dos demais casos e valores aplicados.

Na atividade deliberativa do regulador, continuou a sobressair a pronúncia sobre situações em que estavam em causa as regras do pluralismo nos meios (11), o respeito dos princípios e limites legais aos conteúdos publicitários (9), os direitos dos jornalistas (8) e o cumprimento da lei na divulgação de Sondagens e de Inquéritos de Opinião (19).

Nesta fase, a ERC emitiu também pareceres prévios a solicitações dirigidas pela ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações, no domínio da rádio, e sobre iniciativas legislativas relativas à sua esfera de atribuições, que obrigatoriamente lhe são submetidas pela Assembleia da República ou pelo Governo. A Entidade pronunciou-se igualmente sobre nomeações e destituição de diretores e diretores adjuntos de órgãos de meios de comunicação social pertencentes ao estado.

A ERC concluiu o ano com o registo de 281 deliberações adotadas.

**Proteção de Menores – Critérios para avaliação do incumprimento dos n.ºs 3 e 4 do art.º 27º da Lei da Televisão e dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual**

O Conselho Regulador da ERC aprovou, a 22 de novembro de 2016, a [Deliberação ERC/2016/249 \[OUT-TV\]](#) sobre os critérios para a avaliação do incumprimento do disposto nos n.ºs 3 e 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão, que visam a proteção dos públicos mais sensíveis, em particular crianças e adolescentes. Este documento sistematiza o entendimento da ERC sobre as temáticas relacionadas com a proteção dos menores, densificando conceitos plasmados na lei da televisão, entre eles, os de violência gratuita e pornografia.

Recorde-se que os n.ºs 3 e 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão definem os limites ao princípio prevalecente da liberdade de programação, determinando que «não é permitida a emissão televisiva de programas suscetíveis de prejudicar manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e adolescentes, designadamente os que contenham pornografia, no serviço de programas de acesso não condicionado, ou violência gratuita», e que «quaisquer outros programas suscetíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade de crianças e adolescentes deve ser acompanhada da difusão permanente de um identificativo visual apropriado e só pode ter lugar entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas».

A Entidade considera que a publicitação destes critérios contribui para a clarificação da posição do regulador sobre esta matéria e sensibiliza os operadores de televisão para a salvaguarda destes públicos.

**ERC aprova Diretiva sobre a variação do volume de som nos intervalos publicitários das televisões**

A ERC, preocupada com o incómodo gerado pela inconsistência dos níveis sonoros junto dos espetadores, aprovou, no dia 23 de fevereiro de 2016, a [Diretiva 2016/1](#) sobre os parâmetros técnicos de avaliação da variação do volume sonoro na difusão de publicidade nas emissões televisivas.

Esta diretiva é aplicável a todos os operadores de televisão e distribuição sob jurisdição portuguesa, e visa normalizar a intensidade sonora nas emissões televisivas de forma a assegurar que os níveis de sensação auditiva confortáveis ao telespectador são respeitados, quer durante os intervalos publicitários, quer durante a restante programação.

Nos termos desta diretiva, o nível de sensação de intensidade auditiva dos intervalos publicitários e de cada uma das mensagens que os integram, bem como dos demais programas que compõem a restante emissão televisiva, deve ser fixado em  $-23$  LUFs. Em programas nos quais o controlo exato do nível de sensação de intensidade auditiva não seja possível, tais como emissões em direto, os desvios em relação a este valor não deverão, em geral, ultrapassar  $\pm 1$  LU.

A diretiva estabelece ainda que a medição do sinal áudio de um programa deverá ser feita na sua globalidade, sem ênfase em elementos específicos, tais como música, fala ou efeitos sonoros. Mais se refere que os operadores de distribuição deverão proceder a diligências para assegurar a normalização dos níveis sonoros nas emissões dos serviços de programas sob jurisdição portuguesa e aqueles que têm como origem outros países da União Europeia ou outros países fora da União Europeia.

A citada Diretiva entrou em vigor a 1 de junho. Os resultados da monitorização que a ERC tem feito em matéria de variação dos níveis de volume de som na difusão de publicidade são alvo de publicação no *site* da Entidade.

### **ERC define obrigações das emissões televisivas para acompanhamento por pessoas com necessidades especiais**

O Conselho Regulador da ERC aprovou, a 30 de novembro de 2016, após audição dos operadores de televisão, dos operadores de serviços audiovisuais a pedido e das associações representativas das pessoas com deficiência, o Plano Plurianual de obrigações que permitem o acompanhamento das emissões televisivas por pessoas com necessidades especiais, nomeadamente através do recurso à legendagem, à interpretação por meio de língua gestual, à audiodescrição ou a outras técnicas que se revelem adequadas, bem como à disponibilização de menus de navegação facilmente compreensíveis.

O Plano Plurianual aplica-se ao período de 1 de fevereiro de 2017 a 31 de dezembro de 2020, encontra-se segmentado em distintas fases temporais e visa atenuar as dificuldades que os cidadãos com necessidades especiais experienciam no acesso à informação, à cultura e ao entretenimento que o meio televisão é suscetível de oferecer.

As obrigações definidas neste Plano aplicam-se aos operadores de televisão e operadores de serviços audiovisuais a pedido, sujeitos à jurisdição nacional, e poderão ser conhecidas, em maior detalhe, através da consulta da [Deliberação ERC/2016/260 \[OUT-TV\]](#).

### **ERC ratifica acordo de autorregulação respeitante à definição de valor comercial significativo para efeitos da distinção entre ajuda à produção e colocação de produto**

A ERC ratificou, no dia 6 de setembro de 2016, o acordo de autorregulação, celebrado a 31 de março de 2016, entre operadores de serviços de programas televisivos e de serviços audiovisuais a pedidos sujeitos à ordem jurídica portuguesa, sobre o que se deve entender por “valor comercial significativo”, para efeitos da distinção entre ajuda à produção e colocação de produto.

A Entidade justifica esta posição, entre outros aspetos, com o facto de os pareceres que solicitou interna e externamente revelarem que o acordo é consistente com a necessidade de assegurar o pluralismo, a diversidade e a independência das entidades que desenvolvem atividades de comunicação social, contribuindo para fortalecer a sua situação económica.

O citado acordo tem como atuais subscritores a Cinemundo, Lda., Cofina Media, S.A., NOSPUB – Publicidade e Conteúdos, S.A., NOS Lusomundo TV, S.A., DREAMIA – Serviços de Televisão, S.A., OSTV Lda., Canalvisão – Comunicações de Multimédia, S.A., MTV Networks, Unipessoal, Lda., Avenida dos Aliados-Sociedade de Comunicação S.A., Canal Q, S.A., Benfica TV, S.A., Rádio e Televisão de Portugal, S.A., SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A., TVI – Televisão Independente, S.A e encontra-se aberto à adesão por outros operadores de serviços de programas televisivos e de serviços audiovisuais a pedido, sob jurisdição do Estado Português. O acordo entrou em vigor, no prazo de 30 dias, após a notificação da ratificação pela ERC.

### **Plataforma Digital da Transparência fica online**

A ERC lançou, a 11 de abril 2016, a Plataforma Digital da Transparência, no endereço <https://transparencia.erc.pt>, que visa permitir o cumprimento, de forma cómoda e eficiente, das exigências da Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, que regula a promoção da transparência da

titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social.

Através desta Plataforma, todos os regulados devem comunicar à ERC a relação dos titulares por conta própria ou por conta de outrem, e usufrutuários de participações no capital social das entidades que prosseguem atividades de comunicação social, juntamente com a composição dos seus órgãos sociais e a identificação do responsável pela orientação editorial e supervisão dos conteúdos.

As entidades obrigadas a ter contabilidade organizada devem ainda comunicar informação relativa aos principais fluxos financeiros e as sociedades devem elaborar um relatório anual sobre as estruturas e práticas de governo societário por si adotadas.

Recorde-se que estão abrangidas por este diploma as entidades reguladas pela ERC, descritas no artigo 6.º dos seus Estatutos (Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro) como «todas as entidades que, sob jurisdição do Estado Português, prossigam atividades de comunicação social».

A gestão da Plataforma Digital da Transparência é efetuada pelos serviços da Entidade e respeita a legislação aplicável e as melhores práticas no domínio da segurança, privacidade e proteção dos dados pessoais registados pelos utilizadores.

### **ERC lança Plataforma Digital da Publicidade do Estado**

A ERC tem por competência, nos termos do disposto nos números 1 e 2 do artigo 10.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, verificar e fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e transparência previstos sobre as campanhas de publicidade institucional do Estado e, ainda, o dever de aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional em cada campanha.

A Entidade lançou assim, no dia 1 de setembro de 2016, a Plataforma Digital da Publicidade Institucional do Estado, no endereço <http://pie.erc.pt>, visando permitir o cumprimento das exigências da citada Lei. Através desta Plataforma, os serviços da administração direta do Estado, os institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial devem comunicar a aquisição de espaço publicitário para a realização de campanhas de publicidade institucional do Estado.

A gestão da Plataforma Digital da Publicidade Institucional do Estado é efetuada pelos serviços da Entidade Reguladora.

A informação apurada pela ERC, em matéria de adjudicações das campanhas de publicidade institucional do Estado ERC é disponibilizada mensalmente, no [site](#) da Entidade.

### **ERC mantém reuniões regulares com entidades estrangeiras congéneres**

No ano em análise, a ERC continuou a reforçar as ações de intercâmbio e de colaboração com entidades congéneres estrangeiras.

No âmbito das relações de cooperação, sobressai a condução de uma ação de formação na Autoridade Reguladora da Comunicação de Cabo Verde com o propósito de capacitar os técnicos deste órgão para a realização da monitorização da cobertura jornalística na informação diária e não diária pelos órgãos de comunicação social de serviço público.

Igualmente destaca-se o acolhimento, na sua sede, a uma delegação da Coreia do Sul, composta por representantes do Korea Information Society Development Institute, Korea Communications Commission, Korea Broadcast Advertising Corporation e Kantar Public,

interessada em analisar a questão do pluralismo e diversidade nos *media* e de se inteirar sobre o panorama mediático português e o papel e funcionamento do regulador. A Entidade recebeu também nas suas instalações uma delegação do regulador Moldavo (Consiliul Coordonator al Audiovizualului). O propósito deste encontro foi estreitar as relações institucionais de cooperação e troca de informações já existentes entre as duas entidades, no quadro da rede de Rede de Instâncias de Reguladores Mediterrânicos.

Quanto à participação nas plataformas internacionais de regulação do audiovisual das quais a ERC é membro, realça-se a representação na 6ª reunião plenária do European Regulators Group for Audiovisual Media Services - ERGA que decorreu a 29 de novembro, em Bruxelas. No seu âmbito, foi aprovada a continuação do Regulador Holandês (Commissariaat voor de Media) na Presidência, por mais um ano e analisadas matérias como a Proteção de Menores, as Acessibilidades e o estado da arte do processo de revisão da Diretiva 2010/13/UE.

A ERC acolheu, no Porto, de 24 a 26 de fevereiro, uma reunião da Conferência Ibérica de Conselhos Audiovisuais (CICA), com a participação da Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, Consejo Audiovisual de Andalucía, Consejo del Audiovisual de Cataluña, e com o observador convidado, Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle de Marrocos, em que se discutiram matérias como o alcance das línguas ibéricas no digital, o mercado publicitário português e espanhol, os modelos de financiamento das televisões públicas nos dois países e o pluralismo nos *media* nos períodos eleitorais. A 23 de setembro, a Entidade integrou a reunião plenária da CICA, na qual se discutiu a revisão da Diretiva dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual, a violência de género nos meios de comunicação social, o serviço público de televisão e as relações da CICA com a América Latina.

A ERC integrou também, entre os dias 17 e 18 de novembro, em Barcelona, a convite da Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, a 18ª reunião da Rede de Reguladores do Mediterrâneo. No âmbito desse encontro, a ERC fez uma apresentação sobre a regulação dos media e saúde mental em que deu a conhecer a atividade regulatória desenvolvida pela Entidade, neste domínio, desde 2013. A ERC assegurou também uma apresentação dos resultados preliminares do trabalho por si desenvolvido no âmbito do Grupo de Trabalho para a Igualdade de Género da Rede de Reguladores do Mediterrâneo.

Em 2016, a ERC participou igualmente no V Encontro da Plataforma das Entidades Reguladoras da Comunicação Social dos Países e Territórios de Língua Portuguesa – PER que decorreu, em Bissau, entre os dias 22 e 27 de outubro, sob o tema "A Regulação editorial no *online*". A ERC fez-se também representar na 43ª e 44ª reuniões da Plataforma Europeia de Entidades Reguladoras (EPRA), que decorreram entre 26-27 de maio e 20-21 de outubro, em Barcelona e em Yerevan. Nestes encontros analisou-se o papel do Regulador em tempo de crise dos media, a relação entre conteúdos editoriais/publicitários, as plataformas audiovisuais, a proteção de menores e a televisão em sinal aberto.

#### **ERC assina protocolo que permitirá alargar alcance do seu programa de literacia mediática**

A ERC assinou, a 19 de maio, um protocolo de colaboração com a Associação EPIS – Empresários pela Inclusão Social, com vista a promover a inclusão social dos jovens em Portugal através da exploração das sinergias naturais entre as duas instituições na área da Educação.

Nos termos deste Protocolo, a ERC propõe-se implementar o seu programa de literacia mediática a partir do ano letivo de 2016/2017, em escolas parceiras da EPIS a identificar, tendo por alvo prioritário os alunos do 3.º Ciclo acompanhados pelo programa "Mediadores para o sucesso escolar". A ERC compromete-se igualmente a oferecer um estágio profissional até 2 alunos

universitários/ano preferencialmente nas áreas de supervisão de meios e de análise de media da Entidade e a desenvolver uma regular troca de informações com a EPIS.

O protocolo tem a validade de 3 anos.

### **ERC produz estudo “As Novas Dinâmicas do Consumo Audiovisual em Portugal”**

O ano 2016, fica também assinalado pelo reforço da produção editorial da ERC com a apresentação pública do Estudo “As Novas Dinâmicas do Consumo Audiovisual em Portugal”, no dia 16 de maio, no Auditório 1, da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, em Lisboa.

Este trabalho, desenvolvido em parceria com investigadores do Centro de Estudos de Comunicação e Cultura da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa e especialistas da GfK Portugal, corresponde à 2.ª edição do projeto da ERC «Públicos e Consumos de Media», e apresenta como uma das principais conclusões o facto de a televisão continuar a ser a «rainha» do ecossistema mediático e o meio mais transversal a toda a sociedade.

Com efeito, 99% dos inquiridos veem televisão de forma regular, sobretudo no lar, enquanto 60,5% utilizam frequentemente a internet; 68,2% acedem com regularidade a jornais e revistas; e 73% têm por hábito a escuta de rádio.

O estudo salienta ainda que perto de um quarto dos portugueses tem acesso apenas aos cinco canais em sinal aberto, o que fica a dever-se, antes de mais, a razões económicas.

No consumo televisivo, o estudo revela que os portugueses preferem programas de «informação» e «telenovelas», «filmes» e «séries». Mais de 86% não utilizam o aparelho de televisão para outro fim além do visionamento televisivo.

Em simultâneo, o estudo identifica alterações importantes no consumo audiovisual em Portugal. As mudanças são claramente lideradas pelas gerações mais jovens. São as faixas etárias mais jovens que dão corpo à ideia de «sala de estar eletrónica», com a maior utilização simultânea de «ecrãs» – destacando-se o *smartphone* [a seguir ao televisor, o dispositivo mais presente no lar dos portugueses] – e a crescente importância do *multiscreening* no consumo de conteúdos audiovisuais. Por outro lado, o consumo de conteúdos audiovisuais na *web* atinge já valores muito expressivos entre espectadores dos 15 aos 34 anos.

## APLICAÇÃO DO ARTIGO 27º DA LEI DA TELEVISÃO E DOS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO

A proteção de crianças e adolescentes de conteúdos televisivos que possam ser prejudiciais à livre formação da sua personalidade tem sido uma preocupação constante do Regulador. Tal exigência resulta igualmente da lei.

Na Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, o artigo 27.º, sob a epígrafe «Limites à liberdade de programação», determina que «[a] programação dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido deve respeitar a dignidade da pessoa humana e os direitos, liberdades e garantias fundamentais» (n.º 1), e que «[o]s serviços de programas televisivos e os serviços audiovisuais a pedido não podem, através dos elementos de programação que difundam, incitar ao ódio racial, religioso, político, gerado pela cor, origem étnica ou nacional, pelo sexo, pela orientação sexual ou pela deficiência» (n.º 2).

O n.º 3 do mesmo preceito legal dispõe que «[n]ão é permitida a emissão televisiva de programas suscetíveis de prejudicar manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e adolescentes, designadamente os que contenham pornografia, no serviço de programas de acesso não condicionado ou violência gratuita».

O n.º 4 prevê ainda que «[a] emissão televisiva de quaisquer outros programas suscetíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade de crianças e adolescentes deve ser acompanhada da difusão permanente de um identificativo visual apropriado e só pode ter lugar entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas», imposições essas que, por força do n.º 7, também se aplicam a «quaisquer elementos de programação, incluindo a publicidade e as mensagens, extratos ou imagens de autopromoção, como ainda serviços de teletexto e guias eletrónicos de programação».

Finalmente o n.º 8 determina que os elementos de programação com as características definidas nos n.º 3 e 4 podem ser transmitidas em qualquer serviço noticioso quando, revestindo importância jornalística, sejam apresentadas com respeito pelas normas éticas da profissão e antecedidos de uma advertência sobre a sua natureza.

Atendendo às competências atribuídas à ERC das quais se destaca a «obrigação de assegurar a proteção dos públicos mais sensíveis, tais como menores, relativamente a conteúdos e serviços suscetíveis de prejudicar o respetivo desenvolvimento», (cfr. alínea c) do artigo 7.º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei 53/2005, de 8 de novembro) e ainda atendendo ao disposto no n.º 9 do artigo 27.º da Lei da Televisão, o Conselho Regulador, durante o ano de 2016, aprovou os critérios para avaliação do incumprimento do disposto nos n.ºs 3 e 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão.

Para além disso, proferiu, em 2016, 19 (dezanove) deliberações em que foram tratados, como problemática central, os limites à liberdade de programação, dentro do quadro legal enunciado no presente capítulo.

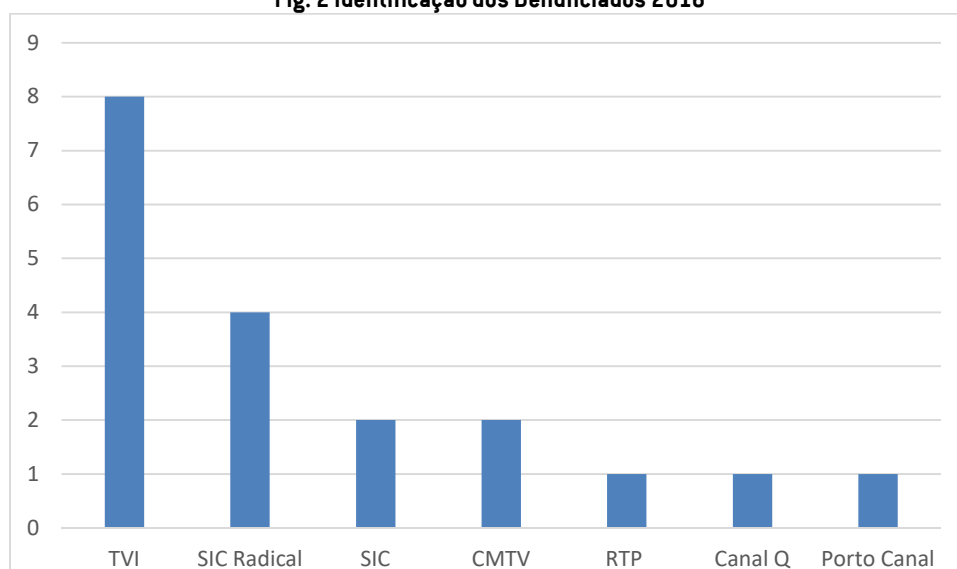


**Fig. 1. Processos relativos aos limites à liberdade de programação\_2016**

Deliberação	Identificação do Programa	Decisão
2016/50	«Aqui não há quem viva»	Sensibilizar
2016/64	«A Costeleta de Adão»	Arquivamento do processo
2016/80	«Bumerangue»	Sensibilizar
2016/79	«A Única Mulher»	Arquivamento do processo
2016/125	«Jornal das 8»	Aplicação de uma coima
2016/142	«Jornal Diário»	Arquivamento do processo
2016/141	Manhãs da CMTV	Sensibilizar
2016/156	«Shameless»	Arquivamento do processo
2016/170	Filme «Ted»	Arquivamento do processo
2016/184	«Você na TV»	Sensibilizar
2016/207	«A vida nas cartas – o dilema»	Instar
2016/231	«Tourada»	Arquivamento do processo
2016/243	«Irritações»	Arquivamento do processo
2016/244	«O que acontece em Kavos fica em Kavos» e «Desavergonhadas»	Instar
2016/262	«Casa dos Segredos»	Aplicação de coima
2016/251	«Missão Côderosa»	Arquivamento do processo
2016/113	«Isso é tudo muito bonito, mas»	Arquivamento do processo
2016/60	«A Única Mulher» e «Mulheres»	Arquivamento do processo
31/2016	«Desafio Final 3»	Violação do n.º 4 do artigo 27.º e abertura de procedimento contraordenacional

O serviço de programas interveniente em maior número de procedimentos foi a TVI, visado em 42,1% dos procedimentos finalizados em 2016. Os restantes serviços de programas alvos de queixas são, respetivamente: SIC Radical (21,1%), SIC e CMTV (cada um com 10,5%), e, por último, Canal Q, Porto Canal e RTP (cada um com 5,3%). Verifica-se assim que os serviços de programas generalistas deram origem a mais deliberações do Regulador do que os serviços de programas temáticos, apesar de a SIC Radical ter sido o segundo serviço de programas a participar em mais procedimentos.

**Fig. 2 Identificação dos Denunciados 2016**



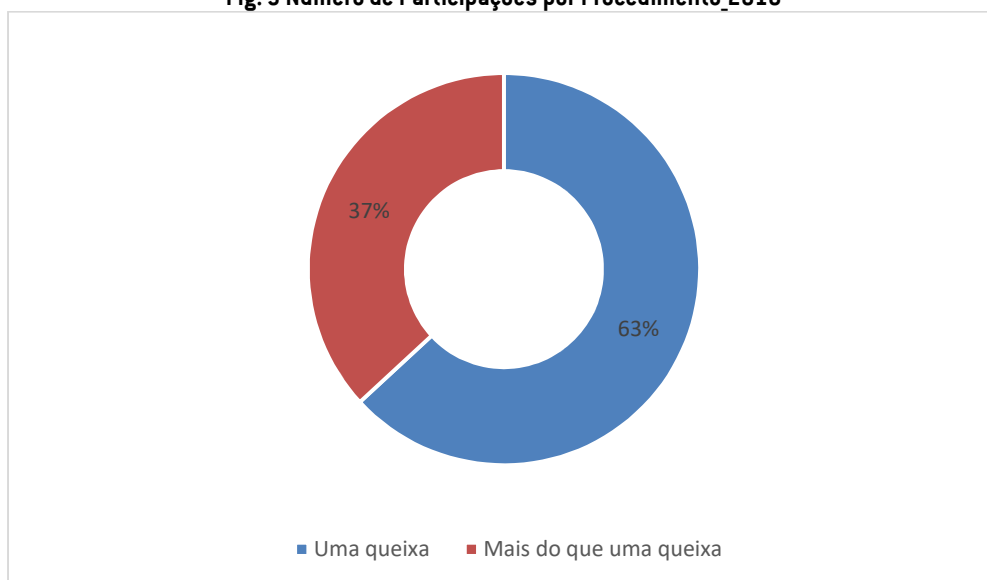
N.º de deliberações adotadas pelo Conselho Regulador em 2016 sobre limites à liberdade de programação = 19

Quanto à origem dos procedimentos relativos à violação do artigo 27.º da Lei da Televisão, a maioria partiu da iniciativa de particulares. No entanto, houve uma participação de um

eurodeputado e uma participação da Presidente da Direção da Associação Portuguesa para as Perturbações do Desenvolvimento e Autismo do Douro.

A maior parte dos processos instaurados teve origem numa única participação. Contudo, os procedimentos relativos às «Touradas» e «A vida nas cartas – o dilema» foram os que tiveram mais participações (com 242 e 230 participações, respetivamente), seguidos dos programas «Desafio Final 3» e «Jornal Diário» (com seis e cinco participações, respetivamente) e «A Única Mulher» e «O que acontece em Kavos fica em Kavos» (com duas participações cada).

**Fig. 3 Número de Participações por Procedimento\_2016**



N.º de deliberações adotadas pelo Conselho Regulador em 2016 sobre limites à liberdade de programação = 19

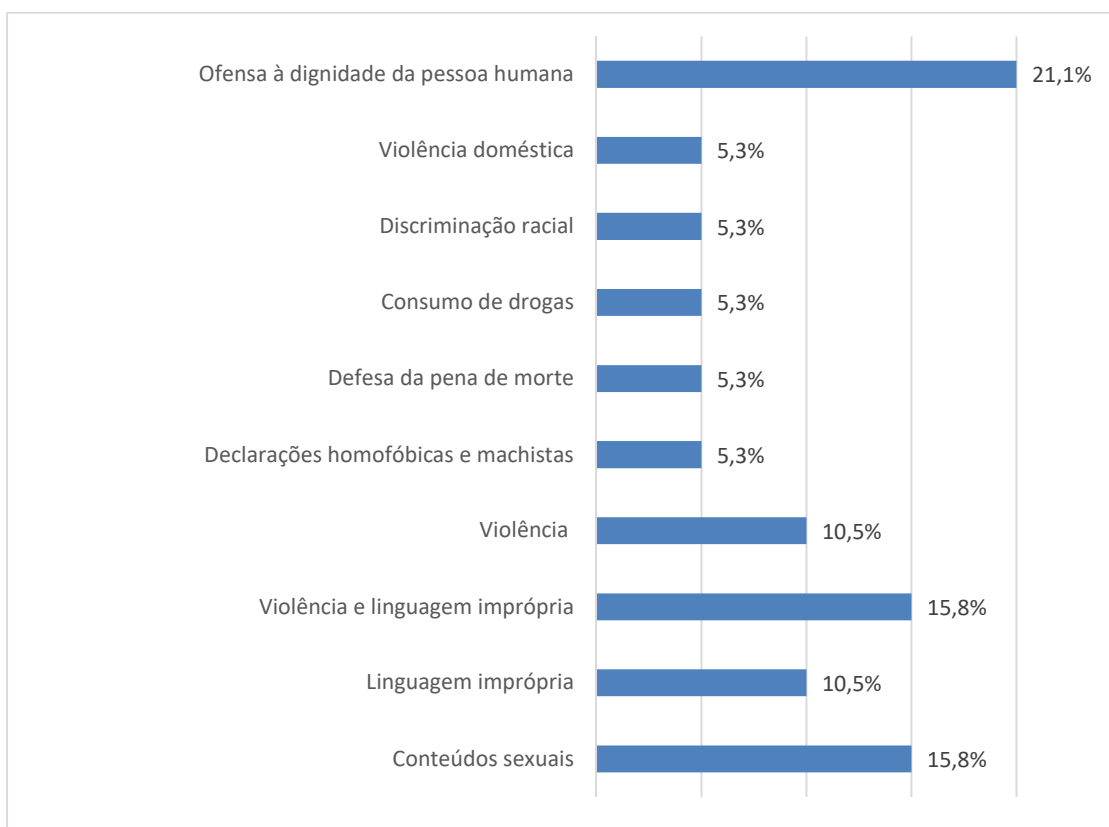
Os procedimentos em análise dispersaram-se por géneros/formatos como programas da manhã (que correspondem a 15,79% do total de processos concluídos), programas de informação (10,53%), séries e filmes (10,53%), reality shows (10,53%), programas de humor (21,05%), telenovelas (10,53%), documentários (5,26%), touradas (5,26%) e talk-shows (5,26%).

**Fig. 4 Género de programas alvo de denúncia\_2016**

Formato/ Género	Programa da manhã	Informação	Série / Filme	Reality Show	Astrologia	Programa de humor	Telenov ela	Documentá rio	Toura das	Talk- show	Total
<b>N</b>	3	2	2	2	1	4	2	1	1	1	19
<b>%</b>	15,79%	10,53%	10,53%	10,53%	5,26%	21,05%	10,53%	5,26%	5,26%	5,26%	100%

Na figura seguinte sistematizam-se, nos termos que foram enunciados pelos participantes, os motivos evocados para fundamentar a ocorrência de uma violação dos limites à liberdade de programação. As participações foram diversificadas e referiram-se a temas tão diversificados como: a ofensa da dignidade da pessoa humana e os direitos, liberdades e garantias (21,1%), violência doméstica (5,3%), discriminação racial (5,3%), consumo de drogas (5,3%), defesa da pena de morte (5,3%), declarações homofóbicas e machistas (5,3%), violência (10,5%), violência e linguagem imprópria (15,8%), linguagem imprópria (10,5%), e conteúdos sexuais (15,8%).

**Fig. 5 Problemáticas suscitadas pelos Participantes\_ 2016**



N.º de deliberações adotadas pelo Conselho Regulador em 2016 sobre limites à liberdade de programação = 19

O Conselho Regulador concluiu pela violação do artigo 27.º da Lei da Televisão em 47,4% dos casos, procedendo ao arquivamento do processo em 52,6% dos casos. Nos processos em que foi verificada a violação do artigo 27.º, o Conselho Regulador deliberou sensibilizar os operadores a adotar uma conduta consentânea com a ética de antena e a eleger horários mais adequados para a transmissão de certos conteúdos em 21,1% dos casos, a instar ao cumprimento dos artigos 34.º e 27.º da Lei da Televisão em 10,5%, aplicou coimas em 10,5% e decidiu abrir procedimento contraordenacional em 5,3% dos casos.

**Fig. 6 Decisões da ERC\_2016**

Decisão	N	%
Não dar seguimento	10	52,6%
Sensibilizar	4	21,1%
Instar	2	10,5%
Aplicação de coima	2	10,5%
Violação do artigo 27.º, n.º 4 e abertura de procedimento contraordenacional	1	5,3%
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

N.º de deliberações adotadas pelo Conselho Regulador em 2016 sobre limites à liberdade de programação = 19

A TVI foi o serviço de programas relativamente ao qual o Conselho Regulador decidiu a abertura de um procedimento contraordenacional, tendo também sido o operador objeto de aplicação de coima em dois processos.

Noutros procedimentos, a SIC, a SIC Radical, a CMTV e a TVI foram sensibilizadas a ter uma emissão mais conforme com a ética de antena ou a exibir os conteúdos em apreço em horários

mais adequados, e a SIC e a SIC Radical foram instadas a cumprir o disposto nos artigos 34.º e 27.º, n.º 4, da Lei de Televisão.

#### **Adoção da Deliberação ERC/2016/249 (OUT-TV)**

Em 22 de novembro de 2016, o Conselho Regulador aprovou a Deliberação ERC/2017/249 (OUT-TV), que prevê os critérios para avaliação do incumprimento do disposto nos n.ºs 3 e 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão e dos Serviços de Comunicação Audiovisual.

A Deliberação, adotada em cumprimento disposto no n.º 9 do artigo 27.º da Lei da Televisão, define e torna públicas as diretrizes com base nas quais a ERC afere as situações de eventual incumprimento daquelas normas legais. Na elaboração dos critérios relevantes, procurou-se assegurar a objetividade e a adequação, necessidade e proporcionalidade dos critérios em relação aos fins a prosseguir, ou seja, a proteção de públicos sensíveis, designadamente crianças e adolescentes.

Na Deliberação, o Conselho Regulador começa por fazer um enquadramento no qual se especificam os diferentes tipos de limites à liberdade de programação consagrados nos n.ºs 3 e 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão, se salienta a importância da avaliação do contexto e se apresenta o entendimento acerca do que se considera ser uma criança e um adolescente.

No quadro da análise dos limites absolutos constantes do n.º 3 do artigo 27.º, são apresentados os elementos que densificam os conceitos de pornografia e de violência gratuita e, ainda, o que podem ser outras situações relevantes, em particular conteúdos que ofendam gravemente a dignidade da pessoa humana.

Quanto à apreciação dos limites relativos previstos no n.º 4 do artigo 27.º, é desde logo evidenciada a importância do contexto para a apreciação do conteúdo. Para a ponderação do contexto relevam o tipo de serviço de programas, o género do programa, o conteúdo editorial do programa e a sua justificação editorial. Para uma melhor identificação dos elementos pertinentes, são dados exemplos concretos dos fatores ponderados.

Em seguida, são apresentados os critérios de análise de acordo com uma organização temática. Esta opção resulta, no essencial, da identificação de um conjunto de temas recorrentes na programação que são qualificados como sendo “susceptíveis de influir de modo negativo na formação da personalidade das crianças e adolescentes”. Neste enquadramento, foram apurados onze temas e identificados os elementos que, dentro de cada tema, constituem dados que sinalizam a existência de uma violação do preceituado no n.º 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão. Os temas são: i) drogas, tabagismo e álcool; ii) violência e comportamentos perigosos e imitáveis; iii) comportamento imitáveis; iv) linguagem ofensiva; v) nudez; vi) representação de atos sexuais; vii) medo e angústia; viii) distúrbios alimentares; ix) jogos de fortuna e de azar; x) *reality shows*; e xi) programas de humor.

Como informação adicional de apoio, a Deliberação contém também um documento de enquadramento sistemático do entendimento da ERC sobre a aplicação das normas jurídicas constantes dos n.ºs 3 e 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão. Nesta segunda parte da Deliberação é feita uma análise geral do regime jurídico relevante e uma súmula da doutrina mais relevante da ERC sobre as normas destinadas à proteção de crianças e jovens.

## PROPOSTA DA COMISSÃO EUROPEIA PARA ALTERAÇÃO DA DIRETIVA «SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL AUDIOVISUAL»

### Nota prévia. Enquadramento

Concluindo um longo processo de consultas e avaliações, a Comissão Europeia divulgou em 25 de Maio de 2016 a sua proposta de alteração<sup>1</sup> à Diretiva ‘Serviços de Comunicação Social Audiovisual’<sup>2</sup>, por forma a procurar adaptá-la às alterações em curso no sector. Trata-se de uma iniciativa estreitamente associada à denominada Estratégia para o Mercado Único Digital na Europa<sup>3</sup>, e que representa o ponto de partida de um processo legislativo tendente à modificação de um importante instrumento de direito derivado da União Europeia, com evidentes implicações nos ordenamentos jurídicos internos de cada Estado-Membro, e seus respetivos mercados.

As observações seguintes condensam o resultado da análise então internamente levada a cabo pela ERC, no ano de 2016, quanto à referida proposta, e circunscrita a esta. De facto, tal análise não contempla as numerosas alterações entretanto sugeridas a esta iniciativa por parte do Parlamento Europeu<sup>4</sup> e do Conselho da União Europeia<sup>5</sup>, uma vez que umas e outras apenas foram corporizadas em Maio do ano em curso, escapando, assim, ao âmbito temporal a que se circunscreve o presente Relatório de Regulação.

### Âmbito de aplicação

A proposta de revisão apresentada pela Comissão Europeia (doravante, Proposta) evidencia uma postura porventura excessivamente prudente a respeito das modificações que visa imprimir ao âmbito de aplicação da Diretiva 2010/13/UE. A despeito de na Exposição de Motivos se assinalar que «[o] panorama dos meios de comunicação social audiovisual está a evoluir rapidamente devido à crescente convergência entre a televisão e os serviços distribuídos através da Internet», e que «[o]s consumidores acedem cada vez mais a conteúdos a pedido através de televisores inteligentes ou híbridos e a dispositivos portáteis», a verdade é que a Proposta em concreto poucas consequências parece retirar de tais constatações.

Sem prejuízo, pretende-se que a definição de “serviços de comunicação social audiovisual” constante da alínea a) do n.º 1 do artigo 1.º passe a abranger também conteúdos e formas audiovisuais que possam ser considerados “partes dissociáveis” da atividade principal do seu fornecedor.

Por outro lado, e a prevalecer o projeto da Comissão, o âmbito de aplicação da Diretiva será no futuro extensivo, em certa medida, aos denominados serviços de plataformas de partilha de vídeos, os quais serão objeto de uma disciplina específica (artigos 28.º-A e 28.º-B: v. *infra*).

---

<sup>1</sup> Doc. COM (2016) 287 final, de 25 de Maio de 2016.

<sup>2</sup> Diretiva 2010/13/UE do Parlamento Europeu e do Conselho de 10 de Março de 2010, relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros respeitantes à oferta de serviços de comunicação social audiovisual (Diretiva «Serviços de comunicação Social Audiovisual»).

<sup>3</sup> Doc. COM (2015) 192 final, de 6 de Maio de 2015.

<sup>4</sup> Cfr. o Projeto de Relatório da Comissão Cultura e Educação do Parlamento Europeu, de 5 de Setembro de 2016 (2016/0151 (COD)), e o Relatório do Parlamento Europeu, de 10 de Maio de 2017 (A8-0192/2017), disponíveis em <http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2016/0151%28COD%29&l=en>.

<sup>5</sup> Cfr. a orientação geral obtida quanto à proposta em sede do Conselho, vertida no Doc. 9691/17, de 24 de Maio de 2017, disponível em <http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-9691-2017-INIT/pt/pdf>.

## **Jurisdição**

A Comissão preserva o país de origem como princípio básico da Diretiva 2010/13/UE, sem prejuízo de se propor aligeirar algumas das suas regras e aperfeiçoar os mecanismos derogatórios das liberdades de receção e retransmissão de serviços e de “combate” à deslocalização.

A alteração à alínea b) do n.º 3 do artigo 2.º da Diretiva tem em vista a simplificação dos critérios aí estabelecidos, e a substituição do critério relativo a “*uma parte significativa*” do pessoal afetado ao fornecimento de serviços de comunicação social audiovisual pela “*maior parte do pessoal implicado*” na prossecução dessa mesma finalidade. Não existirá, contudo, real proveito na alteração assim avançada, assente doravante num critério objetivamente quantitativo e sujeito a dificuldades várias de ordem prática por parte das entidades responsáveis pela sua aferição. Aliás, e a nível mais geral, critérios jurisdicionais como os relativos à “*tomada de decisões editoriais*” ou à “*parte significativa*” (ou “*maior parte do pessoal implicado*”) no fornecimento de serviços audiovisuais continuarão a suscitar múltiplas interpretações. A par disso, os dispositivos da Diretiva manter-se-ão inaplicáveis relativamente a serviços audiovisuais *online* prestados por fornecedores de serviços de comunicação social audiovisual estabelecidos fora do território da União Europeia.

Por outro lado, a proposta abstém-se de estabelecer critérios de jurisdição complementares aos já existentes. Ao menos quanto aos casos de serviços transfronteiriços dirigidos total ou principalmente ao território de um outro Estado-Membro (v. *infra*), seria de refletir acerca da praticabilidade de indicadores como os já previstos no considerando 42 da atual Diretiva 2010/13UE poderem ser erigidos em outros tantos verdadeiros *critérios* de determinação de jurisdição.

De todo o modo, cabe enaltecer a intenção de que os Estados-Membros passem a ficar adstritos às obrigações de manter e de partilhar informações atualizadas sobre a identificação dos serviços que entendem estar sujeitos à sua jurisdição e sobre os critérios para o efeito utilizados (cfr. n.ºs 5-A e 5-B do artigo 2.º da Proposta).

Por fim, e no tocante aos serviços de plataforma de partilha de vídeos, alvitram-se soluções particulares em sede de jurisdição para os casos em que os fornecedores desses serviços não se encontrem estabelecidos no território de um dado Estado-Membro; e também aqui se prevêem obrigações de registo e partilha de informações atualizadas (artigo 28.º-B).

## **Liberdades de receção e de retransmissão**

As modificações a introduzir no âmbito do artigo 3.º da Diretiva são essencialmente animadas do propósito de aplicar (tendencialmente) as mesmas regras a serviços lineares e não lineares em matéria de *liberdade de receção e retransmissão*. Não obstante esse sinal de sentido positivo, os contornos ora conferidos ao artigo 3.º tornam o procedimento aplicável às derivações mais complexo e extenso, quando a tendência a seguir seria desejavelmente a inversa.

## **Regras mais pormenorizadas ou mais rigorosas e deslocalizações**

Não são claras – nem pacíficas – as modificações alvitradas pela Comissão Europeia para o n.º 1 do artigo 4.º da Diretiva, no sentido de restringir o universo de casos em que os Estados-Membros poderão introduzir regras mais pormenorizadas ou rigorosas que as da Diretiva relativamente a operadores sujeitos à sua jurisdição. Em especial, é difícil compreender que essa faculdade deixe de ser aplicável às regras relativas a eventos de grande importância para a sociedade (artigo 14.º) e transmissão de curtos extratos (artigo 15.º), sendo certo que, inclusive, e à data, Estados-Membros já possuem regras mais detalhadas ou estritas a esse respeito.

As alterações projetadas em matéria de deslocalizações tornarão o processo relativo a estas mais complexo e, previsivelmente, mais extenso, quando também aqui a tendência a seguir deveria ser a oposta. Além disso, e na sua essência, o problema das deslocalizações continuará por resolver. E é de esperar que esse *statu quo* assim permaneça, por não se mostrar possível ou praticável exigir ao fornecedor do serviço o cumprimento das regras mais detalhadas ou exigentes do Estado a que as suas emissões se dirigem.

### **Autorregulação e co regulação**

A Comissão Europeia confere no seu projeto particular ênfase aos mecanismos de auto e de coregulação, a par da instituição de códigos de conduta. Assim sucede nos casos dos considerandos 7, 10, 11, 12, 30 e 37, e com a redação conferida ao n.º 7 do artigo 4.º, aos n.ºs 2 e 3 do artigo 6.º-A, aos n.ºs 2, 3 e 4 do artigo 9.º, aos n.ºs 3, 7 e 8 do artigo 28.º-A, e ao artigo 33.º da Proposta de revisão.

Sem minimizar as virtualidades que uns e outros encerram, importa em contrapartida não depositar demasiadas expectativas nas suas potencialidades de resposta adequada aos desafios suscitados por um ambiente audiovisual cada vez mais complexo.

### **Incitamento ao ódio**

Fundando-se em louváveis preocupações de coerência e segurança jurídica, a Comissão propõe-se «alinhar» o «conceito» de incitamento ao ódio «com a definição constante da Decisão-Quadro 2008/913/JAI, de 28 de Novembro de 2008<sup>6</sup>, relativa à luta por via do direito penal contra certas formas e manifestações de racismo e xenofobia», a qual, afirma-se, «define o discurso do ódio como “incitação pública à violência ou ao ódio”» [cfr. o considerando 8 da Proposta]. A verdade, contudo, é que não só uma tal definição não consta da citada Decisão-Quadro, como a referida “incitação pública à violência ou ao ódio” integra, sim, a descrição do tipo das infrações penais de carácter racista e xenófobo, elencadas no artigo 1.º daquele instrumento.

Por outro lado, é patente a diferença existente entre a formulação do artigo 6.º da Proposta, de acordo com a qual os motivos por que se define o incitamento ao ódio (e à violência) abrangem o sexo, origem racial ou étnica, religião ou crença, deficiência, idade ou orientação sexual, e a da alínea b) do n.º 1 do novo artigo 28.º-A, onde tais motivos se reportam ao sexo, raça, cor da pele, religião, ascendência ou origem nacional ou étnica. Como é evidente, uma tal discrepância colocará em causa a operacionalidade e eficácia dos dispositivos identificados, bem como de outros com eles conexos.

### **Acessibilidades**

Suscita reservas o intento de proceder à eliminação do atual artigo 7.º da Diretiva 2010/13/UE, a pretexto de que uma outra proposta de diretiva apresentada pela Comissão Europeia em finais de 2015 «já impõe requisitos comuns mais estritos em termos de acessibilidade aos fornecedores de serviços de comunicação social» [Proposta, p. 13].

Desde logo, os documentos em causa visam objetivos distintos – sem prejuízo de naturais ligações existentes entre um e outro. Assim, a iniciativa da Comissão vazada no documento COM (2015) 615 final, de 2 de Dezembro de 2015<sup>7</sup>, visa declaradamente suprimir os obstáculos criados por legislações nacionais divergentes, graças à definição de requisitos de acessibilidade harmonizados e obrigatórios aplicáveis a uma lista de produtos e serviços (na qual se incluem, entre outros, os serviços de comunicação social audiovisual). Tem em vista, pois, em primeira

---

<sup>6</sup> <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32008F0913&from=PT>.

<sup>7</sup> Cujos contornos definitivos, como é evidente, são à data uma incógnita.

linha, um objetivo estritamente ligado a uma componente do mercado interno, ainda que a concretização desse mesmo objetivo redunde em manifesto proveito de consumidores com limitações funcionais, nomeadamente as pessoas com deficiência e as pessoas idosas. Já à norma do artigo 7.º da Diretiva 2010/13/UE subjaz em exclusivo uma preocupação de cariz social, traduzida na progressiva acessibilidade que os fornecedores de serviços de comunicação social audiovisual devem assegurar a pessoas com deficiência visual ou auditiva. A supressão do artigo 7.º da Diretiva 2010/13/UE significará também a eliminação da única referência *expressa* nela existente (a par dos seus atuais considerandos 46 e 104) à temática das acessibilidades. Uma tal orientação prefigura um sinal político de sentido negativo, e algo incongruente, para mais, com outras medidas que já integram o direito da União Europeia neste particular, em sede de obrigações de *must carry*<sup>8</sup>, por exemplo.

### **Flexibilização das comunicações comerciais**

A alteração de certos aspetos do regime aplicável às comunicações comerciais constitui um dos temas de maior destaque da Proposta da Comissão, afirmando-se ser este um dos domínios em que é necessária<sup>9</sup> a promoção de uma maior flexibilidade. Em larga medida, as alterações traçadas correspondem aos anseios de operadores e anunciantes, mas a Comissão terá ido longe de mais neste particular.

#### Programas com um público constituído em grande parte por crianças

Nos artigos 9.º, n.º 2, e 11.º, n.º 2, da Proposta, consagra-se uma nova categoria conceptual de programas - os “programas com um público constituído em grande parte por crianças” -, a qual se presta a dificuldades e equívocos.

Na verdade, não é claro se esta nova categoria possui um âmbito de proteção mais vasto ou, pelo contrário, mais restrito, que aquela relativa a “programas infantis”, que visa substituir. Com efeito, uma interpretação puramente literal pode levar a concluir que a exposição à promoção de alimentos pouco saudáveis ou à colocação de produto (cfr. os artigos 9.º, n.º 2, e 11.º, n.º 2, citados) passará a ser doravante admitida em programas “estritamente infantis”. Olhando, contudo, ao teor dos considerandos 10 e (sobretudo) 16 da Proposta, a intenção parece ser a inversa, isto é, a de doravante proteger crianças em programas cujo público é constituído em grande parte por estas e, além disso, *também* em programas infantis *stricto sensu*. A ser assim, os preceitos identificados carecem de ser reformulados em conformidade.

Por outro lado, nem sempre será fácil ou possível aferir com a segurança desejável que programas em concreto recairão nesta categoria, parecendo consensual, para mais, que essa aferição ou possibilidade de aferição assentará necessariamente num juízo *ex ante*.

#### Patrocínio

A eliminação do critério relativo à proibição de *referências promocionais específicas* em matéria de patrocínios (cfr. a alínea b) do n.º 1 do artigo 10.º da Proposta) significará a erradicação de um elemento que permite ainda hoje uma demarcação relativamente clara entre os campos próprios do patrocínio e da publicidade e, bem ainda, entre conteúdos comerciais e conteúdos (estritamente) editoriais, com as consequências daí decorrentes. Sublinhe-se, por outro lado, e contrariamente à ideia veiculada pelo considerando 14 da Proposta, que a orientação assim preconizada não valerá apenas para os denominados “anúncios de patrocínios”, antes se estende aos próprios “serviços ou programas de comunicação social audiovisual” (cfr. o corpo do n.º 1 do artigo 10.º, que a Proposta manteve intocado).

---

<sup>8</sup> Cfr. o artigo 31.º da Diretiva Serviço Universal (2002/22/CE), com a redação que lhe foi conferida pela Diretiva ‘Direitos do Cidadão’ (2009/136/CE), a par do considerando 48 desta última Diretiva.

<sup>9</sup> Proposta de revisão citada, p. 11.



### Colocação de produto

Em sede de colocação de produto, a Comissão propõe-se abolir a *proibição de relevo indevido* constante da atual alínea c) do n.º 3 do artigo 11.º da Diretiva 2010/13/UE, a pretexto de que tal proibição «tem sido difícil de aplicar na prática» e de que a mesma «limita a adesão à colocação de produto, a qual, por definição, implica uma exposição com um certo nível de relevo para poder gerar valor» (considerando 17 da Proposta). Estas explicações suscitam certa perplexidade, pois que, e desde logo, parecem significar que a “adequação” do relevo conferida a um produto (ou a um serviço, ou a uma marca<sup>10</sup>) se situará afinal num patamar que até aqui se consensualizara como inaceitável. Além disso, as invocadas dificuldades de aplicação prática não serão decerto superiores aos receios de que a eliminação desta exigência – conjugada, para mais, com a também aqui projetada eliminação da proibição a *referências promocionais específicas* – conduza a crescentes utilizações abusivas desta modalidade de comunicação comercial e, inclusive, ao incremento de dificuldades na deteção de casos em que a colocação de produto seja suscetível de afetar a independência editorial dos operadores.

Ainda em matéria de colocação de produto, o enunciado ora proposto passa a afirmar a sua admissibilidade como regra, elencando taxativamente as exceções permitidas. Além disso, a Proposta elimina do atual n.º 3 do artigo 11.º a possibilidade de os Estados-Membros vedarem a colocação de produto em obras cinematográficas, em filmes e séries concebidas para serviços de comunicação social audiovisual, em programas sobre desporto e em programas de entretenimento ligeiro. De qualquer modo, é de entender que essa possibilidade se mantém preservada, por força do disposto no n.º 1 do artigo 4.º da Diretiva.

### Publicidade televisiva

Regista-se a novidade, no artigo 20.º, que se traduz na redução do intervalo de tempo para inserção de publicidade em certo tipo de programas, ainda que mantendo – e bem – a preocupação pela salvaguarda da integridade dos mesmos e pelos direitos dos detentores de direitos.

Maior impacto revestirá decerto a *abolição de limites horários* à inserção de publicidade (cfr. o atual artigo 23.º, n.º 1, do enunciado em vigor) e, bem assim, o *estabelecimento de uma percentagem diária máxima* de inserção de publicidade, ainda que circunscrita ao período compreendido entre as 7 e as 23h. É de sublinhar que este enunciado permite a interpretação (que a Proposta não contradiz, nem tão-pouco afirma) no sentido de que fora desse período não haverá quaisquer limites à inserção de publicidade, o que torna expectável a ocorrência de possíveis abusos neste contexto.

Por outro lado, as alterações projetadas conduzirão decerto ao incremento da publicidade entre e durante programas e, com elevada probabilidade, à sua concentração em especial nos programas com maiores audiências; neste particular, nenhuma proteção específica se acha prevista para os programas infantis, omissão esta que suscita as maiores reservas.

Regista-se, pela positiva, a possibilidade de os Estados-Membros obviarem à introdução das alterações descritas, ao abrigo da faculdade consagrada no n.º 1 do artigo 4.º da Diretiva.

### Mensagens relativas aos próprios programas e produtos conexos

Pretende também a Comissão Europeia que a não aplicabilidade de limites diários de publicidade e televenda relativos às mensagens de um dado operador televisivo seja extensiva aos programas de outras entidades pertencentes ao mesmo grupo de comunicação social (artigo 23.º, n.º 2, alínea a), da Proposta]. Esta inovação é sublinhada no considerando 20 da

---

<sup>10</sup> Cfr. o n.º 5 do artigo 41.º-A da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

Proposta, sem que, contudo, seja aduzida qualquer explicação para tanto. E se, em si mesma considerada, esta medida não mereça reservas de maior, haverá que ponderar no entanto se, do ponto de vista concorrencial, configurará (ou não) um tratamento diferenciado injustificado relativamente a operadores com menor expressão no mercado.

### **Proteção de menores**

A proteção de menores é uma preocupação cuja natureza transversal implica um tratamento *articulado* e *integrado* com outros instrumentos e iniciativas a nível internacional, designadamente no âmbito da União Europeia. Ainda assim, as propostas ora apresentadas pela Comissão nesta sede são menos ambiciosas (e detalhadas) do que talvez fosse de esperar à partida, em resposta aos desafios colocados por um ambiente audiovisual convergente, onde importa assegurar a existência de padrões mínimos de proteção claros, proporcionais e coerentes entre conteúdos lineares e não-lineares, e independentes da plataforma em que os mesmos são disponibilizados.

O artigo 12.º da Diretiva conhece uma nova localização e redação, propondo-se unificar os regimes até aqui não coincidentes entre serviços lineares e não lineares. Entre outras consequências, tal orientação acarretará a supressão do atual artigo 27.º e, com ele, e em parte, da discutida distinção entre programas suscetíveis de prejudicar gravemente o desenvolvimento físico, mental ou moral de menores (n.º 1) e aqueles já suscetíveis de “apenas” prejudicar esse mesmo desenvolvimento (n.º 2). “Em parte”, pois que no artigo 12.º se particularizam cuidados mais estritos a adotar quanto a determinado tipo de conteúdos que até aqui vêm a título exemplificativo integrando a previsão do n.º 1 do artigo 27.º.

No plano lógico-sistemático, haveria porventura vantagens na unificação formal dos novos artigos 6.º-A e 12.º da Proposta.

A par dos *fornecedores de serviços de comunicação social audiovisual*, a quem as normas dos artigos 6.º-A e 12.º serão aplicáveis, importa ter igualmente em conta o novo figurino dos *fornecedores de plataformas de partilha de vídeos*, a quem em certos termos a Diretiva revista passará a aplicar-se, nos termos do artigo 28.º-A resultante da Proposta da Comissão, e relativamente as quais impenderão igualmente responsabilidades em matéria de proteção de menores.

### **Promoção e distribuição de obras europeias em serviços a pedido**

Em sede de promoção e distribuição de obras europeias, propõe-se no artigo 13.º a consagração de regras mais exigentes do que aquelas que até aqui vêm sendo aplicadas aos fornecedores de serviços a pedido, por via da quantificação e inclusão nos seus catálogos de uma percentagem mínima (20 %) dessas obras e de uma posição de relevo destas naqueles. Contrariamente ao que sucede com os serviços lineares, os patamares assim estabelecidos não têm em conta qualquer orientação de progressividade (cfr. artigo 16.º, n.º 1, *in fine*, da Diretiva), pelo que o cumprimento de tal exigência poderá revelar-se problemático ao menos em certos casos. Por outro lado, e para além das dificuldades interpretativas que suscita (por exemplo, o cumprimento da percentagem de 20% aferir-se-á em função dos títulos disponíveis no catálogo do fornecedor ou em função da duração das obras desse mesmo catálogo?), este novo enquadramento jurídico acarretará de igual modo um esforço de monitorização acrescido às autoridades competentes.

É também conferida a cada Estado-Membro a faculdade de fixar aos fornecedores de serviços não lineares a prestação de um contributo financeiro relativo à produção de obras europeias, nomeadamente por via de *contribuições diretas* e/ou de *taxas* (cfr. a propósito o considerando 22 da Proposta), sendo de sublinhar que tais prestações poderão ser exigidas tanto aos fornecedores de serviços a pedido sujeitos à jurisdição desse mesmo Estado como ainda a

fornecedores estabelecidos noutra Estado-Membro mas cujos serviços visam os públicos daquele primeiro Estado. Uma tal orientação é de duvidosa exequibilidade, e presta-se a dificuldades de monta, expressas v.g. (i) na possível ocorrência de hipóteses de dupla tributação por parte de serviços a pedido prestados por um operador estabelecido num determinado Estado-Membro e destinados a vários Estados-Membros, ou de ausência de tributação nos casos em que o fornecedor de serviços a pedido esteja estabelecido fora do território da União Europeia; (ii) na eventual divergência de qualificações aplicáveis a um dado serviço por parte do Estado de origem e do(s) Estado(s) de receção; ou ainda (iii) na questão de saber qual deverá ser o tratamento a dispensar do ponto de vista fiscal a operadores que a nível transfronteiriço praticam uma oferta diferenciada e não circunscrita a serviços a pedido.

No tocante aos casos de empresas sem presença significativa no mercado e passíveis, por isso, de isenção do cumprimento das quotas e do pagamento de contribuições (cfr. artigo 13.º, n.º 5, da Proposta), será importante clarificar em que consistem ao certo o “baixo volume de negócios” e as “audiências reduzidas”, enquanto indicadores de aferição para aquele efeito. Do mesmo modo, é também essencial esclarecer em que casos (e circunstâncias) a “natureza” e/ou o “tema” dos serviços a pedido tornam impraticável ou injustificado o cumprimento das imposições estabelecidas nos n.ºs 1 e 2 do novo artigo 13.º.

Refira-se, ainda, que os indicadores já previstos no considerando 42 da atual Diretiva 2010/13UE para os serviços lineares serão agora também aplicáveis, nos termos do considerando 23 da Proposta para aferir situações de deslocalização quanto a serviços não-lineares. A exemplo do que acima se deixou já afirmado, valeria talvez a pena refletir seriamente a respeito da questão de saber até que ponto tais *indicadores* poderão vir a ser erigidos em outros tantos *critérios* de determinação da jurisdição.

### **Serviços de plataforma de partilha de vídeos**

O destaque reconhecido pela Comissão às denominadas plataformas de partilha de vídeos justifica-se em razão da crescente penetração que as mesmas vêm alcançando junto de um número crescente de utilizadores e da sua progressiva intersecção com o universo audiovisual “clássico”.

Embora os fornecedores desses serviços não detenham, por norma, responsabilidades editoriais pelos conteúdos armazenados nas suas plataformas, a Proposta impõe a esses mesmos fornecedores a adoção<sup>11</sup> de um conjunto de “medidas adequadas” relativas à organização desses mesmos conteúdos (cfr. o n.º 2 do artigo 28.º-A e o considerando 29 da Proposta) e tendentes a assegurar a proteção dos menores quanto a conteúdos nocivos e a proteção dos cidadãos contra o incitamento ao ódio ou à violência. Às autoridades reguladoras nacionais de cada Estado-Membro caberá avaliar a adequação de tais medidas (artigo 28.º-A, n.º 4), bem como – é razoável supô-lo – zelar pelo seu cumprimento, com isso envolvendo assinalável incremento das suas responsabilidades e respetivas tarefas de supervisão.

Sublinhe-se, por outro lado, que a Proposta parece pretender abranger a aplicação da Diretiva aos casos de fornecedores de plataformas de partilha de vídeos que, embora não estabelecidos em território da União Europeia, têm com algum dos seus Estados-Membros um elemento de conexão considerado relevante, a saber, empresa-mãe, filial ou outra entidade do mesmo grupo (cfr. o n.º 1 do artigo 28.º-B e o considerando 32 da Proposta).

---

<sup>11</sup> E isto «sem prejuízo do disposto nos artigos 14 e 15 da Diretiva 2000/31/CE», consoante assinala a introdução do n.º 1 do artigo 28.º-A da Proposta.

### **Autoridades reguladoras dos Estados-Membros**

Uma das maiores novidades da Proposta da Comissão passa pelo intento de se consagrar e reforçar, na própria Diretiva 2010/13/UE, o estatuto das entidades reguladoras independentes. Isto mesmo resulta da leitura do considerando 33 da Proposta e da nova redação relativa ao artigo 30.º da Diretiva. Não se afigura contudo pacífico que o legislador da UE possa estabelecer (para mais, numa diretiva) um regime como o preconizado no artigo 30.º, sobretudo olhando à extensão e ao detalhe que se pretendem para o mesmo. Ainda que, por exemplo, e por antecipação, o direito português se mostre conforme com as soluções aí gizadas, é possível que algumas delas representem ingerências dificilmente justificáveis e/ou aceites por outros Estados-Membros.

Acresce que o enunciado do artigo 30.º (e, em particular, o do seu n.º 1) parece abarcar as autoridades reguladoras nacionais em geral, e não apenas aquelas responsáveis pelo sector audiovisual.

Já a consagração do European Regulators Group for Audiovisual Media Services (ERGA) no quadro da Diretiva 2010/13/UE parece representar o desfecho naturalmente aguardado quanto a este grupo de reguladores, desde a sua instituição formal em 2014<sup>12</sup>, se bem que nem sempre se mostre clara a demarcação recíproca de responsabilidades entre o ERGA e o Comité de Contacto, no quadro do acompanhamento da interpretação e aplicação da Diretiva.

Justificar-se-á ainda uma chamada de atenção para o facto de no n.º 2 do artigo 30.º-A da Proposta se admitir a existência de «*casos em que não exista autoridade reguladora nacional*», enunciado que parece contrariar o sentido imperativo do regime previsto para o novo artigo 30.º.

---

<sup>12</sup> Cfr. a Decisão da Comissão Europeia C(2014) 462 final, de 3 de Fevereiro de 2014.

## DIREITO DE ACESSO

O direito de acesso dos jornalistas e o respetivo exercício encontra-se reconhecido na alínea b) do artigo 22.º da Lei de Imprensa, tendo o seu conteúdo e extensão definidos nos artigos 9.º e 10.º do Estatuto do Jornalista, disposições que emanam do n.º 1 do artigo 37.º e alínea b) do n.º 2 do artigo 38.º da Constituição da República Portuguesa. Beneficiando do seu enquadramento no conjunto dos direitos, liberdades e garantias consagrados no texto constitucional, as normas constitucionais que enformam o direito de acesso gozam da proteção conferida a esse conjunto de direitos fundamentais, pelo que são diretamente aplicáveis e vinculam todas as entidades públicas e privadas.

O exercício do direito de acesso permite, em larga medida, garantir o direito a informar e o acesso dos jornalistas a fontes de informação, procurando criar condições de igualdade entre os jornalistas na busca da informação, minimizando as limitações ou impedimentos que possam ser colocados ao exercício legítimo da atividade jornalística.

A intervenção do regulador dos media na garantia do efetivo exercício do direito de acesso ocorre quase sempre quando é solicitada e não por iniciativa própria. Na verdade, o legislador optou por atribuir ao regulador um papel de mediador ou de árbitro que intervém quando existe um desacordo entre os organizadores de eventos ou detentores de direitos de propriedade. Infelizmente, na grande maioria dos casos, a ERC é chamada a intervir, geralmente pelos próprios jornalistas, quando o evento já se encontra temporalmente muito próximo, o que impede que as diligências enquanto árbitro possam processar-se em tempo útil, nomeadamente com a aprovação de deliberação vinculativa dirigida aos organizadores do evento.

Daqui decorre que, ainda na maioria dos casos, a ERC se limita a verificar a existência de indícios de violação das regras que visam garantir o direito de acesso dos jornalistas, enviando os factos ao conhecimento do Ministério Público, uma vez que, de acordo com o disposto no n.º 1 do artigo 19.º do Estatuto do Jornalista, «quem, com o intuito de atentar contra a liberdade de informação, apreender ou danificar quaisquer materiais necessários ao exercício da atividade jornalística pelos possuidores dos títulos previstos na presente lei ou impedir a entrada ou permanência em locais públicos para fins de cobertura informativa nos termos do artigo 9.º e dos n.ºs 1, 2 e 3 do artigo 10.º, é punido com prisão até 1 ano ou com multa até 120 dias».

Diga-se que esse papel de encaminhamento para o Ministério Público dos indícios da prática criminosa também poderia ser feito, até com alguma vantagem, pelos próprios jornalistas lesados, inclusive com o auxílio das autoridades policiais presentes no evento. A mais-valia que a intervenção da ERC poderia oferecer enquanto árbitro, de acordo com o regime previsto no n.º 4 do artigo 10.º do Estatuto do Jornalista, fica esquecida ou secundarizada.

Os diferendos em matéria de direito de acesso ocorrem com alguma frequência, embora tendo-se a perceção de que só uma parte deles chega ao conhecimento da ERC. Deter-nos-emos de seguida sobre as situações que em 2016 foram objeto de deliberação do Conselho Regulador.

Em 23 de fevereiro de 2016, o Conselho Regulador aprovou a Deliberação 44/2016 (DJ), tendo por objeto a queixa de um jornalista do jornal online *Academia de Talentos*, contra a Sporting Clube de Portugal - Futebol, SAD, por violação de direitos dos jornalistas e por tratamento discriminatório. A questão do exercício do acesso a recintos desportivos já havia sido objeto de especial tratamento no Relatório de Regulação de 2014<sup>13</sup>, deixando-se então algumas notas sobre a evolução da doutrina da ERC nessa matéria, justificando-se pelo significativo número de

---

<sup>13</sup> ERC – Regulatório de Regulação 2014 – Volume 1, p. 60

diferendos que foram surgindo entre órgãos de comunicação social e organizadores de eventos desportivos. A queixa em análise nesta deliberação foi declarada improcedente, por falta de fundamento, destacando-se, no entanto, a apreciação quanto à participação por tratamento discriminatório em relação a um almoço organizado pela denunciada, onde se conclui que «um evento de natureza privada que não seja aberto à generalidade da comunicação social, ainda que possa ter relevância noticiosa, não se encontra abrangido pelo âmbito de aplicação do direito de acesso, porquanto não recai sobre o promotor do evento uma obrigação geral de convidar quaisquer órgãos de comunicação social para o efeito».

Ainda no âmbito do exercício do direito de acesso a eventos desportivos, sobressai a aprovação da Deliberação ERC/2016/200 (DJ-R), de 31 de agosto de 2016, a qual adotou uma «decisão vinculativa no âmbito de um litígio em matéria de direito de acesso entre a parceria *Rádio Online - Desporto nas Beiras / Antena Livre* e a C.D. Tondela - Futebol SDUQ, Lda.» Nesta deliberação, consideradas procedentes as participações, a C.D. Tondela – Futebol SDUQ, Lda., foi advertida de que a decisão da ERC reveste natureza vinculativa, incorrendo em crime de desobediência em caso do seu não acatamento, conforme dispõe o n.º 4 do artigo 10.º do Estatuto do Jornalista.

Na deliberação sublinhou-se que estando em causa – e, em certa medida, em confronto – duas fontes normativas dotadas de diferente valência hierárquica, a supremacia é concedida ao Estatuto do Jornalista sobre o Regulamento das Competições da Liga Portuguesa de Futebol Profissional, e que, também por isso, não se admite sequer a existência de uma relação entre normas gerais e especiais que careça de ser dirimida. Esta chamada de atenção é justificada dado que o disposto em algumas normas (os n.ºs 4, 5 e 6, pelo menos) do artigo 64.º do Regulamento das Competições conflitua com o disposto no n.º 3 do artigo 10.º do Estatuto do Jornalista.

De igual modo a merecer relevo, a apreciação levada a cabo em face do estatuto atípico das rádios que difundem exclusivamente através da internet, atentos os critérios definidos no n.º 3 do artigo 10.º do Estatuto do Jornalista quanto à credenciação de jornalistas:

«E similares considerações se impõem, *mutatis mutandis*, no caso da rádio. Na verdade, e pelo facto de exercer uma atividade radiofónica exclusivamente assente na *internet*, apenas algumas das disposições da Lei da Rádio são aplicáveis à Rádio Desporto nas Beiras, ora requerente, ficando por obter resposta a questão de saber qual o âmbito de cobertura do serviço de programas por ela disponibilizado (cfr. artigo 7.º, *a contrario* do artigo 84.º, do diploma legal citado). Contudo, uma tal omissão não deve – não pode – impedir a ora requerente de beneficiar do regime legal do direito de acesso, nem, em particular, prejudicar a sua potencial elegibilidade para integrar as prioridades de credenciação instituídas no n.º 3 do artigo 10.º do Estatuto do Jornalista. Para esse efeito, e tendo em conta a índole de programação desenvolvida e o tipo de audiências a que as suas emissões primordialmente se destinam, entende o Conselho Regulador que a Rádio Desporto nas Beiras deve ser considerada como um órgão de comunicação social de âmbito local».

Com uma circunstância em comum relativamente à deliberação anterior, há a registar a aprovação da Deliberação ERC/2016/179 (DJ-NET), de 17 de agosto de 2016. A circunstância em comum prende-se com a natureza vinculativa da deliberação, igualmente ao abrigo do n.º 4 do artigo 10.º do Estatuto do Jornalista, tendo sido determinado à Gerência da empresa Toiros e Tauromaquia, Lda., enquanto promotora de evento tauromáquico que se iria realizar na Praça de Touros de Alcochete, que permitisse o acesso dos jornalistas da publicação periódica *TouroeOuro.com*, para efeitos de cobertura jornalística, respeitando o direito à informação e o direito de acesso consagrado para os jornalistas.

A Deliberação ERC/2016/160 (DJ), de 13 de julho de 2016, envolveu o mesmo órgão de comunicação social, *TouroeOuro.com*, desta vez relativamente a um evento tauromáquico

promovido pela empresa Campo Toro – Agropecuária e Turismo, Lda.. Culminou com a participação dos factos ao Ministério Público «para efeito do apuramento da eventual responsabilidade penal dos agentes envolvidos, ao abrigo do disposto no artigo 67º dos (E) Estatutos [da ERC], tendo em conta que é dever da ERC assegurar o livre exercício do direito à informação e à liberdade de imprensa e de garantir o respeito pelos direitos, liberdades e garantias».

Finalmente, elencam-se duas deliberações que têm a sua origem nas nem sempre pacíficas relações entre o poder local e a comunicação social regional ou local. A primeira delas – Deliberação ERC/2016/115 (DJ), de 18 de maio de 2016 -, assenta numa queixa do jornal *Notícias da Trofa* contra o Presidente da Câmara Municipal da Trofa e contra o Presidente da Junta de Freguesia do Muro, por alegada violação do direito a informar. A queixa foi considerada procedente e a deliberação remetida ao Ministério Público para efeitos do apuramento da eventual responsabilidade penal dos agentes envolvidos, ao abrigo do disposto nas alíneas a) e d) do artigo 8.º e n.º 3 do artigo 67.º dos Estatutos da ERC.

De destacar a reflexão que é levada a cabo sobre a natureza pública das reuniões, conceito importante para aferição do direito de acesso dos jornalistas, a qual termina com a seguinte asserção:

«Vedar a jornalistas o acesso ou a permanência a locais públicos para efeitos de cobertura informativa ou proibir-lhes a utilização nesses mesmos locais dos meios técnicos e humanos necessários ao desempenho da sua atividade, representam condutas juridicamente equiparáveis, pela negativa, do ponto de vista de denegação do exercício do direito a informar e, em última instância, da própria liberdade de informação. De acordo com o artigo 19.º do Estatuto do Jornalista, preenche o tipo de crime de atentado à liberdade de informação «quem, com o intuito de atentar contra a liberdade de informação, apreender ou danificar quaisquer materiais necessários ao exercício da atividade jornalística pelos possuidores dos títulos previstos na presente lei ou impedir a entrada ou permanência em locais públicos para fins de cobertura informativa nos termos do artigo 9.º e dos n.ºs 1, 2 e 3 do artigo 10.º [do Estatuto do Jornalista]», crime este punível com prisão até 1 ano ou com multa até 120 dias».

Já da Deliberação ERC/2016/225 (DJ), de 12 de outubro, tiram-se duas premissas assinaláveis:

a) A primeira, no sentido de que «as normas sobre direitos dos jornalistas constantes do Estatuto da Imprensa Regional (Decreto-Lei n.º 106/88, de 31 de março) se encontram derogadas pela revisão legislativa ocorrida em 1999, na qual se aprovaram a atual Lei de Imprensa e o atual Estatuto do Jornalista, este posteriormente complementado pelo Decreto-Lei n.º 70/2008, de 15 de abril, que estabelece as regras de organização e funcionamento da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista»;

b) A segunda, constatando que «segundo o Regime Jurídico das Autarquias Locais (Anexo I à Lei n.º 75/2013, de 12 de Setembro, com a última alteração pela Lei n.º 69/2015, de 16 de Julho), as sessões dos órgãos deliberativos das autarquias locais, nos quais se incluem as assembleias de freguesia, são atos de natureza pública».

A destacar ainda nesta deliberação a circunstância, no mínimo curiosa, de o queixoso acumular, em simultâneo, num mesmo ato, as funções de jornalista e de membro de uma assembleia de freguesia. Em concreto, tratava-se de «colocar a câmara a gravar num lado, enquanto se exerce o mandato de deputado num outro». Perante esta situação «eticamente questionável», o Conselho Regulador pronunciou-se no seguinte sentido:

«Assim, entende o Conselho Regulador que o Queixoso, enquanto exerça o jornalismo e esteja presente na sessão para efeitos informativos – a finalidade por excelência do direito de acesso – não pode ser impedido de fazê-lo, mas já não poderá fazer valer os seus direitos de jornalista quando age enquanto membro da assembleia de freguesia».

O que determinou igualmente o envio da deliberação ao conhecimento da Comissão da Carteira de Jornalistas para os efeitos tidos por convenientes, considerando que poderá estar em causa o cumprimento dos deveres dos jornalistas, previstos no artigo 14.º do Estatuto do Jornalista.



## PARECERES LEGISLATIVOS

A competência do Conselho Regulador da ERC inclui – nos termos e para os efeitos do disposto na primeira parte do n.º 1 do artigo 25.º dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro – o poder/dever de se pronunciar, através de parecer, ainda que não vinculativo, sobre «todas as iniciativas legislativas relativas à sua esfera de atribuições». Na medida em que a atuação do Estado Português nas Organizações Internacionais de que faz parte, máxime União Europeia, implique alterações legislativas na nossa jurisdição, também estas são aqui consideradas «iniciativas legislativas». Um exemplo deste entendimento resulta do parecer da ERC, aprovado neste ano de 2016, sobre uma «Proposta de Diretiva sobre Acessibilidade dos Produtos e Serviços».

De notar que estas iniciativas legislativas «lhe são obrigatoriamente submetidas pela Assembleia da República ou pelo Governo».

Num outro contexto – de procedimentos internos da ERC – são ainda considerados “pareceres legislativos” os pareceres que, para além de previstos na legislação de comunicação social, sejam essenciais ao preenchimento das previsões legais específicas dessa legislação. Neste sentido os «projetos de despacho relativos à lista de acontecimentos que devem ser qualificados de interesse generalizado do público» previstos no n.º 4 do artigo 32.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido são, pela lacuna que a sua inexistência criaria, equiparados a pareceres legislativos no procedimento interno desta entidade.

Pelo contrário outros pareceres da ERC, mesmo que legalmente previstos, não revelam uma conexão de indispensabilidade com o preenchimento das previsões legais ou, de forma ainda mais objetiva, não se debruçam sobre a ação legislativa do Estado. Neste sentido, e.g., os pareceres vinculativos relativos à nomeação e destituição de Diretores (de programação ou de informação) nos OCS do Estado (previstos na alínea l) do n.º 3 do artigo 24.º dos Estatutos da ERC); os pareceres não vinculativos sobre contratos de concessão de serviço público de rádio e de televisão (alínea m); ou as alterações de propriedade (previstas na alínea p). Motivo pelo qual não são estes aqui considerados como “pareceres legislativos”.<sup>14</sup>

Restringir-nos-íamos assim, no ano de 2016, a dois tipos de pareceres legislativos:

1. Pareceres sobre iniciativas legislativas:
  - a. Deliberação ERC/2016/104 – Proposta de Diretiva sobre Acessibilidade dos Produtos e Serviços (EEA);
  - b. Deliberação ERC/2016/107 – Pedido de pronúncia acerca da Petição n.º 67/XIII/1.<sup>a</sup> da Comissão de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto;
  - c. Deliberação ERC/2016/132 – Parecer relativo ao Projeto de Lei n.º 182/XIII (PAN);
  - d. Deliberação ERC/2016/267 – Pedido de pronúncia acerca da petição relativa à proposta 210/XIII (2<sup>a</sup>);
2. Pareceres sobre projetos de despacho sobre acontecimentos de interesse generalizado do público:
  - a. Deliberação ERC/2016/71 – Projeto de despacho relativo à lista de acontecimentos que devem ser qualificados de interesse generalizado do público (n.º 4 do artigo 32.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido);
  - b. Deliberação ERC/2016/222 – Projeto de despacho relativo à lista de acontecimentos que devem ser qualificados de interesse generalizado do

---

<sup>14</sup> Neste sentido não são aqui considerados «pareceres legislativos», em sentido estrito, as Deliberações:

- a) Deliberação ERC/2016/272 (Parecer-TV) – Proposta de aditamento ao Contrato de Concessão de Serviço Público de Rádio e de Televisão; e
- b) Deliberação ERC/2016/63 (Parecer-ER) – Parecer relativo ao Projeto de Regulamento para operação do sistema de transmissão de dados em radiodifusão (RDS). Este último já próximo daquela atividade legislativa, mas ainda apenas atividade reguladora (ANACOM).

público (n.º 4 do artigo 32.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido).

Contudo, um caso atípico merece referência autónoma. A saber:

3. Falta de consulta e impossibilidade de pronúncia da ERC sobre iniciativa(s) legislativa(s) relativa(s) à Televisão Digital Terrestre (TDT).

Globalmente, no ano aqui em apreço (2016), a ERC produziu seis (6) pareceres legislativos – três (3) sobre iniciativas legislativas, um (1) sobre a proposta de Diretiva sobre Acessibilidade dos Produtos e Serviços; e dois (2) sobre projetos de despacho relativos a acontecimentos de interesse público generalizado – e ainda um (1) caso, inicialmente relativo à falta de consulta e, posteriormente, a impossibilidade de pronúncia da ERC sobre iniciativa legislativa relativa à Televisão Digital Terrestre.

### **Pareceres sobre iniciativas legislativas**

A 4 de maio de 2016, o Conselho Regulador da ERC aprovou a Deliberação ERC/2016/104, pronunciando-se quanto à Proposta de Diretiva do Parlamento e do Conselho relativa à aproximação das disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-membros no que respeita aos requisitos de acessibilidade dos produtos e serviços (EEA)», visando «contribuir para melhorar o bom funcionamento do mercado interno, prevenindo e eliminando obstáculos à livre circulação de produtos e serviços acessíveis».

No seu parecer, teve a ERC oportunidade de sublinhar que «a esta Entidade Reguladora interessa sobremaneira a vertente “serviços”. Decorre esse interesse do papel que a lei nacional atribui à ERC, concretamente na definição das obrigações dos operadores de televisão e dos operadores de serviços audiovisuais a pedido em matéria de acessibilidade aos seus serviços por pessoas com necessidades especiais, conforme o disposto no n.º 3 do artigo 34.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido», sendo tal interesse reforçado se se considerar que o «projeto de diretiva terá, quando aprovado, que coexistir com a Diretiva “Serviços de Comunicação Social Audiovisual”, na qual se consagra já que “[o]s Estados-Membros devem incentivar os fornecedores de serviços de comunicação social sob a sua jurisdição a assegurarem que os seus serviços se tornem progressivamente acessíveis às pessoas com deficiência visual ou auditiva».

A ERC destacou, em primeiro lugar, o papel das entidades reguladoras na aplicação prática e detalhada das obrigações em causa, referindo-se que «existe já um caminho percorrido pelos reguladores dos media, o qual conduz à exigência de resultados, independentemente das técnicas. Isto é, adotando com algum pragmatismo um princípio de “neutralidade tecnológica”, os reguladores propõem-se estabelecer objetivos quanto ao número de horas de legendagem específica para surdos, língua gestual ou audiodescrição, de forma transversal às plataformas e tecnologias utilizadas pelos diversos operadores. Afigura-se que será essa a estratégia [...] [d]o projeto de diretiva, na parte em que refere que [...] “[n]ão estabelece em pormenor como cumprir, na prática, a obrigação de tornar um produto ou serviço acessível, de acordo com os requisitos de acessibilidade”».

Foi ainda apontada a necessidade de equilíbrio na (tradicional) dicotomia entre harmonização e diversidade cultural, recordando que «[n]o que toca em especial aos serviços de comunicação social audiovisual, haverá que cuidar que os objetivos de harmonização do mercado interno salvaguardem as especificidades próprias dos países e a entidade dos operadores, muitas vezes já firmadas por fortes traços culturais. Esta questão é tão mais importante quanto se procura alargar o alcance da diretiva em projeto a áreas que têm a ver com o núcleo central da prestação do serviço de comunicação social audiovisual, não se confinando aos aspetos meramente instrumentais focados na ajuda ao utilizador dos equipamentos.»

Outro dos aspetos referidos pelo Conselho Regulador da ERC é o cuidado que merece a calibração do princípio da proporcionalidade por fatores económicos quando visamos garantir acesso a minorias. Por um lado, face aos custos de investimento, alertando que «sopesar custos e benefícios para os operadores económicos em cotejo com vantagens estimadas para as pessoas com deficiência pode conduzir à sobrevalorização dos primeiros relativamente aos segundos, tratando-se estes de uma minoria de entre os consumidores». Por outro lado, face às ajudas de Estado, cuja consagração poderá contribuir para a criação de «expectativas facilmente defraudáveis numa conjuntura económica e financeira adversa, ou até, porventura, entrando em domínios que colidam com a problemática das ajudas de Estado ao sector da comunicação social».

Finalmente, reconheceu-se «a extrema importância da matéria [...] para a sociedade [e] o acesso de todos, em plano de igualdade, aos serviços de comunicação social. Também a democracia requer a participação de todos os cidadãos, incluindo aqueles que têm necessidades especiais por motivo de deficiência ou por limitação funcional, sendo de apoiar qualquer iniciativa que facilite o acesso à informação utilizando serviços de comunicação social tornados acessíveis».

A propósito da Petição n.º 67/XIII/1.<sup>a</sup>, subscrita por Artur Manuel Linha, que propõe a extinção da Taxa de Regulação e Supervisão para a Comunicação e da própria Entidade», também a 4 de maio de 2016, o Conselho Regulador da ERC aprovou a Deliberação ERC/2016/107, contendo a posição desta Entidade.

Sobre as matérias concretas propostas pelo Peticionário - extinção: i) da Taxa de Regulação e Supervisão; e ii) da ERC -, as observações da ERC centraram-se em três temas, a saber:

- i. Sobre o papel da ERC face à via judicial, foram sublinhadas «as competências e atribuições [da] Entidade, prosseguidas na vertente tripartida da atividade regulatória – poderes pedagógicos e de conformação do sector; poderes normativos e poderes sancionatórios. Aos quais se poderá aditar o exercício de competências de mediação e resolução e diferendos entres particulares e sujeitos regulados», notando ainda que «[s]endo frequentemente contraposta a atividade regulatória à via judicial, conclui-se que a primeira apresenta maior celeridade, permite a especialização do conhecimento do setor e atuação *ex ante* (sem prejuízo da complementaridade que os tribunais possam oferecer à tutela dos interesses do regulados e dos cidadãos)».
- ii. A previsão constitucional, recordando que a «ERC tem previsão constitucional e as suas competências e atribuições encontraram densificação através do legislador ordinário», sendo missão desta entidade «a defesa e salvaguarda de direitos fundamentais, entre outros, dos direitos diretamente relacionados com o princípio do pluralismo político, com a liberdade de expressão e de informação e com a liberdade de imprensa». Foi, também, mencionado o propósito material da previsão constitucional da ERC ao concluir-se que o «aparecimento desta Entidade administrativa inseriu-se no movimento de generalização do recurso às autoridades administrativas independentes que acompanhou “o surgimento de leis sobre a denominada terceira geração dos direitos fundamentais, direitos conquistados contra o arbítrio da Administração (...)”. Nomeadamente, nos sectores da “informação e comunicação; regulação da economia de mercado; sectores sensíveis que exigem ser protegidos quer da influência do poder político quer da pressão de grupos de interesses”».
- iii. No que respeita às receitas da ERC, estas são condição fundamental para o cumprimento da sua missão e garantem a maior independência possível, nomeadamente, no plano financeiro. «Neste quadro, a ERC, à semelhança de outras entidades reguladoras, é financiada, em parte, pela receita proveniente da cobrança de Taxas de Regulação e Supervisão a suportar pelos seus regulados». Clarificou-se que as taxas cobradas visam «remunerar de forma objetiva, transparente e proporcionada

o exercício pela ERC das suas atribuições de regulação e supervisão das atividades de comunicação social», recordando, a este propósito, o Acórdão do Tribunal Constitucional n.º 365/2008, de 2 de julho, sobre a natureza da taxa de regulação e supervisão, referindo que «se trata de uma contribuição para o financiamento da ação quotidiana da ERC, a qual é exigida pela natureza da atividade desenvolvida pelos sujeitos passivos da taxa. De modo que a taxa é devida para cobrir os custos do serviço de monitorização e acompanhamento contínuo e permanente de cada entidade que prossiga atividades de comunicação social». A tudo isto acresce, conforme referido na deliberação em análise, que o montante da Taxa de Regulação e Supervisão não é fixado pela ERC, mas sim pelo legislador, consubstanciando «[v]alores que comportam diferentes escalões procurando repercutir um princípio de igualdade e proporcionalidade entre os sujeitos regulados.»

A 8 de junho de 2016, o Conselho Regulador da ERC aprovou a Deliberação ERC/2016/132, relativa ao Projeto de Lei 182/XIII, da autoria da representação parlamentar do partido Pessoas-Animais-Natureza (PAN), que «proíbe a transmissão de espetáculos tauromáquicos na estação televisiva pública RTP».

A proposta legislativa visava a proibição da transmissão de espetáculos tauromáquicos por parte do operador televisivo RTP, no pressuposto de que os mesmos são incompatíveis com a missão do serviço público de media, uma vez que a sua transmissão «não só revela desconsideração pelos direitos fundamentais das crianças a um desenvolvimento saudável», como ainda «a grande maioria dos portugueses já não se revê na prática de atos violentos e atentatórios da integridade e bem-estar dos animais», de que esses mesmos espetáculos constituiriam exemplo. A proposta da representação parlamentar do PAN fundava «as suas premissas em posições assumidas em respeitáveis instituições internacionais, estudos académicos e, bem ainda, no próprio entendimento a este respeito sustentados pelo Provedor de telespectador da concessionária do serviço público».

O Conselho Regulador da ERC considerou que as premissas da proposta não eram suficientes para alterar a posição consolidada da ERC sobre esta matéria – recordando, para o efeito, as Deliberações 13/CONT-TV/2008, de 3 de setembro, 37/CONT-TV/2010, de 15 de setembro, e 85/2015 (Parecer), de 19 de maio. Tal posição fundava-se na convicção de que «os espetáculos tauromáquicos, máxime as corridas de toiros à portuguesa, constituem uma parte integrante da herança cultural portuguesa, que o Estado tem a incumbência de promover e proteger [...]». Na senda da convicção perfilhada nas identificadas Deliberações, entende o Conselho Regulador que esses espetáculos tauromáquicos não são «suscetíveis de influir negativamente na formação da personalidade das crianças e de adolescentes, não estando abrangidos pelos n.ºs 3 e 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido», pelo que, «não existindo [...] impedimentos legais à sua transmissão», proibir a transmissão de espetáculos tauromáquicos representaria uma compressão injustificada da liberdade de programação do operador de serviço público.

Como nota de destaque, alertou a ERC que o articulado do projeto de lei analisado, apresentava um enunciado mais vasto que aquele que o seu objeto parecia propor, uma vez que «ainda que a iniciativa em causa afirme pretender circunscrever ao operador de serviço público a proibição de transmissão televisiva de espetáculos tauromáquicos, a verdade é que o teor da modificação proposta ao atual n.º 3 do artigo 27.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido torna essa proibição extensiva a todos os operadores televisivos sujeitos à jurisdição portuguesa».

A propósito da Petição n.º 210/XIII (2.ª), a qual propunha uma alteração legislativa ao n.º 2 do artigo 29.º da Lei da Imprensa, preceito que contém um particular regime de efetivação de

responsabilidade civil emergente de factos cometidos por meio da imprensa, o Conselho Regulador da ERC aprovou a Deliberação ERC/2016/267.

A Petição, em síntese, propunha eliminar a contradição que parece existir designadamente entre o regime prescrito no n.º 2 do artigo 29.º e o vertido na alínea a) do n.º 1 do artigo 20.º, ambos da Lei da Imprensa; e erradicar as flutuações jurisprudenciais existentes a propósito da aplicação dos referidos preceitos por parte dos nossos tribunais superiores, quer quanto à questão de saber sobre que agente ou agentes em concreto deve recair a responsabilização pelo facto lesivo e o conseqüente dever de reparação do mesmo, quer no tocante à existência ou não de uma presunção (ilidível) de culpa que recairá na pessoa do diretor da publicação periódica.

A ERC constatou, na sua Deliberação de 14 de dezembro de 2016, que embora o regime aplicável à efetivação da responsabilidade civil emergente de factos cometidos por meio da imprensa possua evidentes pontos de contacto com as preocupações da ERC, em sede de regulação do setor da comunicação social, ele não integra, contudo, o elenco de incumbências cuja defesa ou promoção cabem a esta entidade. Adiantando que «[e]ssa é antes tarefa que pertence, consabidamente, às instâncias judiciais», aproveitando, porém, o ensejo para afirmar que qualquer alteração «que efetivamente contribua para dissipar as incertezas acima apontadas» será decerto bem acolhida.

#### **Pareceres sobre projetos de despacho relativos a acontecimentos de interesse generalizado do público**

Interpelado pelo Gabinete do Ministro da Cultura o Conselho Regulador da ERC aprovou, a 30 de março de 2016, a Deliberação ERC/2016/71, quanto ao projeto de despacho relativo aos acontecimentos que devem ser qualificados de interesse generalizado do público. Qualificação com efeitos nos direitos de transmissão desse acontecimentos, em particular quando adquiridos direitos exclusivos sobre essa transmissão (n.ºs 2 e 3 do artigo 32.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido).

A título introdutório, foi reiterada a orientação genérica e consensualmente perfilhada pelas instâncias competentes no âmbito do direito europeu, a propósito do denominado mecanismo de reconhecimento mútuo, segundo o qual, para que dado evento seja considerado como objeto de interesse generalizado do público, é necessário o preenchimento de pelo menos duas das seguintes condições, numa avaliação casuística:

- o evento e o seu impacto possuem uma ressonância particular no Estado em causa, e não apenas um significado ou importância para aqueles que acompanham habitualmente o evento (desporto ou atividade) em apreço;
- o evento reveste uma importância cultural particular, a qual é genericamente reconhecida pela população desse Estado, e contém em especial elementos da sua identidade cultural;
- caso esteja em causa uma manifestação desportiva, esta envolve um representante nacional, individual ou coletivo, numa competição internacional de relevo;
- o evento constitui tradicionalmente objeto de transmissão numa televisão de acesso não condicionado e mobiliza audiências significativas no Estado em causa.

A pronúncia da ERC evidenciou, em primeiro lugar, ser questionável a adequação dos «concertos de abertura e de encerramento do evento “Os dias da música” no Centro Cultural de Belém», porquanto, «sem que tal constatação represente qualquer demérito para a iniciativa cultural em questão, dificilmente se concede que seja preenchida qualquer uma das quatro condições enunciadas», a isto acrescendo o curto prazo disponível entre os acontecimentos (abril) e a (então futura) publicação do despacho.

À semelhança de pronúncias anteriores da ERC, sobre a matéria, foi recordado que os motivos subjacentes à disciplina específica para «um jogo por jornada do campeonato nacional de futebol da I Liga 2015-2016, envolvendo necessariamente uma das cinco equipas melhor classificadas nos campeonatos das cinco épocas anteriores», resultam da entrada da Benfica TV (atual BTV) no mercado dos exclusivos de transmissão de eventos desportivos. Assim, seria de entender que a aplicação dos mecanismos procedimentais instituídos no Projeto de Despacho apenas deverá ocorrer a título supletivo, isto é, na inexistência de acordo entre os presumíveis operadores televisivos “em aberto” interessados quanto às condições de transmissão dos eventos em causa.

Foi também evidenciada a questionável referência (por razões de redação) feita na alínea m) do n.º 1 do projeto à condição de transmissão dos eventos previstos «sempre que os meios técnicos o permitam», não se vislumbrando o alcance desta condição, mas considerando-se «que a sua indeterminação pode potenciar conflitos entre eventuais detentores de direitos de transmissão e possíveis interessados na sua aquisição».

Em conclusão, o Conselho Regulador foi de opinião que os eventos elencados no Projeto de Despacho em exame reuniam, genericamente, os requisitos exigíveis para a sua adoção e publicação, nos termos e para os efeitos do disposto no n.º 4 do artigo 32.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, reiterando a conveniência de submeter futuramente uma lista nacional de eventos objeto de interesse generalizado do público ao mecanismo de reconhecimento mútuo criado no quadro da economia dos n.ºs 2 e 3 do artigo 14.º da Diretiva “Serviços de Comunicação Social Audiovisual”, em conformidade com os ditames para tanto aplicáveis.

A 12 de outubro de 2016, o Conselho Regulador da ERC foi, novamente, chamado a emitir pronúncia sobre projeto de despacho relativo aos acontecimentos que devem ser qualificados de interesse generalizado do público, tendo aprovado a Deliberação ERC/2016/222, contendo a posição desta Entidade muito semelhante, aliás, à descrita no Parecer anterior.

Reiterando as considerações introdutórias e, pese embora, as observações da ERC fossem muito idênticas às constantes do Parecer anterior, ainda assim o Conselho Regulador aproveitou a oportunidade para, no que respeita aos acontecimentos desportivos, destacar a inusitada antecipação com que era prevista a edição de 2017-2018 da competição referida, sublinhando-se, porém, que «uma tal opção poderá apresentar vantagens para os titulares de exclusivos e os operadores interessados nos respetivos direitos, na medida em que proporcionará a ambos um horizonte temporal suficientemente dilatado para obter consensos em negociações que possam vir a ser entabuladas com vista à transação desses mesmos direitos».

A segunda observação notou a manutenção da reiterada prática «iniciada com a lista aprovada no ano de 2013», do projeto de despacho incluir, uma vez mais, uma disciplina específica para o efeito, e motivada pela entrada (e permanência) do operador Benfica TV, S.A., no mercado português dos exclusivos de transmissão de eventos desportivos. No regime proposto no projeto de despacho era patente o propósito de acautelar e superar eventuais dificuldades que se viessem a registar num contexto muito específico de concorrência e, bem assim, o de proporcionar aos espectadores uma oferta relativamente alargada de jogos em “sinal aberto”. A ERC sinalizou, porém, não serem de verificação necessária as premissas em que a necessidade daquele regime assentam: por um lado, não era seguro que os direitos objeto de exclusivos viessem a ser efetivamente adquiridos pelo operadores RTP, SIC e/ou TVI (os únicos elegíveis à luz da norma do n.º 3 do artigo 32.º da Lei da Televisão), posto que nenhuma obrigação existe nesse sentido; por outro lado, não era também seguro que a aquisição de tais direitos, a ocorrer, viesse a abranger necessariamente e pelo menos um jogo por jornada.

Salvaguardadas estas observações (globalmente já referidas no parecer anterior), o Conselho Regulador reafirmou a sua opinião no sentido de que os eventos elencados no Projeto de Despacho em exame reunirem genericamente os requisitos exigíveis para a sua adoção e publicação, nos termos e para os efeitos da legislação aplicável.

Manteve este Conselho Regulador a sua própria reiterada prática de recordar deliberações adotadas em anos anteriores sobre a temática e a conveniência de futuramente submeter «uma lista nacional de eventos objeto de interesse generalizado do público ao mecanismo de reconhecimento mútuo criado no quadro da economia dos n.ºs 2 e 3 do artigo 14.º da Diretiva “Serviços de Comunicação Social Audiovisual”, em conformidade com os ditames para tanto aplicáveis».

### **Falta de consulta e impossibilidade de pronúncia da ERC sobre iniciativa(s) legislativa(s) relativas à Televisão Digital Terrestre (TDT).**

Em matéria de Televisão Digital Terrestre (TDT), e neste âmbito das funções consultivas da ERC na emissão de pareceres legislativos, o ano de 2016 foi um caso atípico, e que por isso merece referência autónoma, ainda que breve.

Duas situações distintas, ambas relativas a TDT, tiveram epílogo com consequências idênticas: a falta de posição expressa da ERC sobre iniciativas legislativas. Sinteticamente:

*Projeto de Lei n.º 185/XIII/1.ª (PCP) – “Garante o acesso universal e a emissão de todos os canais de serviço público de televisão através da Televisão Digital Terrestre (TDT)”;*

Embora notando outras iniciativas parlamentares sobre TDT,<sup>15</sup> este projeto do Grupo parlamentar do PCP terá sido o único (exceto o referido no ponto seguinte) que consubstanciou uma iniciativa legislativa em sentido próprio, ao menos para efeitos da previsão do regime estatuído no artigo 25.º dos Estatutos da ERC.

Contudo, não foi, sobre ele, solicitada ao Conselho Regulador qualquer pronúncia, omissão essa que consubstancia uma subalternização das indeclináveis competências consultivas que a ERC detém neste contexto.

*Pedido de Parecer - Projeto de Lei n.º 98/XIII [BE] - “Alarga a oferta de serviços de programas na TDT, garantindo condições técnicas adequadas e o controlo do preço”.*

Relativamente ao Projeto de Lei n.º 98/XIII (BE), a ERC foi chamada a emitir pronúncia, não tendo, porém, o Conselho Regulador logrado proferir um parecer sobre esta iniciativa, «uma vez que não foi possível reunir os três votos favoráveis estatutariamente necessários para a tomada de deliberações por este órgão», na sua reunião de 30 de março de 2016. Facto este prontamente comunicado à Presidente da 12.ª Comissão da Assembleia da República – Comissão de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto, por ofício de 31 de março.

Independentemente da(s) posição(ões) do Conselho Regulador sobre tão relevante matéria, coloca-se a questão jurídica de saber se a esta invulgar ocorrência não terá sido isenta de consequências, pela presunção *ope legis* prevista no n.º 2 do artigo 25.º dos Estatutos da ERC.

---

<sup>15</sup> Nomeadamente:

- Projecto de Resolução n.º 282/XIII/1.ª (PEV) – Pela melhoria da cobertura e alargamento da oferta de serviços de programas na Televisão Digital Terrestre (TDT)<sup>15</sup>; e

- Projecto de Resolução n.º 298/XIII/1.ª (PS) – Recomenda ao Governo a preparação do alargamento de oferta de serviços de programas na Televisão Digital Terrestre<sup>15</sup>.

## DIREITO DE RESPOSTA E DE RETIFICAÇÃO

### Enquadramento

Em conformidade com os seus Estatutos, uma das atribuições da ERC<sup>16</sup> consiste em assegurar o exercício dos direitos de resposta e de retificação. Os direitos de resposta e de retificação são direitos constitucionalmente consagrados<sup>17</sup> e a sua apreciação representa uma fatia significativa dos processos tramitados neste regulador, pelo que se justifica uma análise autonomizada desta matéria.

De modo sucinto pode dizer-se que tem **direito de resposta** quem tiver sido objeto de referências, ainda que indiretas, que possam afetar a sua reputação e a boa fama e tem **direito de retificação** quem tiver sido objeto de referências inverídicas ou erróneas, ainda que lhe sejam favoráveis.

O regime aplicável aos direitos de resposta e de retificação encontra-se previsto na Lei de Imprensa, Lei da Rádio e LTSAP, consoante o meio de comunicação social em causa. Embora não exista um regime específico aplicável à internet, entende-se que, à luz do princípio da neutralidade do suporte, os direitos de resposta e de retificação não podem ficar prejudicados, aplicando-se, por analogia, o regime jurídico que mais afinidades tenham com a situação concreta em causa [a um jornal online a Lei da Imprensa, por exemplo]<sup>18</sup>. De notar que, à semelhança do que acontece com os demais meios, também na internet, só estão sujeitos à regulação e supervisão da ERC as entidades que prossigam atividades de comunicação social sob jurisdição do Estado Português<sup>19</sup>.

Um elemento importante a ter em conta é a Diretiva da ERC 2/2008, sobre a publicação de textos de resposta e de retificação na Imprensa, adotada a 12 de novembro de 2008.

Ao longo de 2016, foi produzida uma publicação sobre o tema. «Direitos de resposta e de retificação – Perguntas Frequentes», pretende apresentar, através de uma linguagem acessível e de acordo com uma sistematização por temas, as principais regras aplicáveis a estes direitos. Os **recursos** interpostos com fundamento na denegação ou cumprimento deficiente do exercício do direito de resposta ou de retificação seguem uma tramitação específica<sup>20</sup> e mais célere, uma vez que visam a efetivação do direito de resposta em tempo útil. É por essa razão, que, por exemplo, a resposta a um pedido da ERC, solicitando todos os elementos necessários ao conhecimento do recurso, deva ter lugar no prazo de «três dias a contar da receção do pedido»<sup>21</sup>.

A interposição deste recurso na ERC pressupõe a observância de determinados requisitos, sendo necessário verificar, nomeadamente, a legitimidade do Recorrente e o cumprimento do prazo previsto na lei para interposição do recursos «30 dias a contar da data da recusa ou da expiração do prazo legal para a satisfação do direito»<sup>22</sup>. A decisão da ERC pode ainda dar lugar à instauração de processo de contraordenação, que cabe ainda à ERC instruir<sup>23</sup>.

---

16 Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

17 Artigo 37.º, n.º 4, da Constituição da República Portuguesa.

18 Com exceção do caso das rádios *online*, situação para as quais o legislador previu que fosse aplicável o regime previsto na Lei da Rádio [artigo 84.º da Lei da Rádio].

19 Artigo 6.º dos Estatutos da ERC.

20 Artigo 59.º e seguintes dos Estatutos da ERC

21 Artigo 59.º dos Estatutos da ERC.

22

23 Artigo 24.º, n.º 3, alíneas ac) dos Estatutos da ERC.



## Questões mais frequentes em 2016

Não cabendo aqui explicar o regime aplicável ao direito de resposta e de retificação, importa destacar algumas das questões que se revelaram mais controvertidas ao longo de 2016.

Um fundamento identificado em vários dos recursos analisados respeita à convicção de que o texto não integra palavras ou expressões suscetíveis de ofenderem a honra dos Respondentes, questionando a própria **existência do direito de resposta**. Sobre este ponto é de salientar que a análise de tal suscetibilidade cabe, em primeira linha, aos Respondentes, apreciação essa que deve ser ponderada por critérios de razoabilidade.

De modo semelhante, vários órgãos de comunicação social recusaram a publicação de direitos de resposta por acreditarem que não é possível que seja exercido relativamente a um texto inicial rigoroso, construído com respeito por todas as regras deontológicas do jornalismo. Ora, o direito de resposta consiste numa oportunidade conferida a quem sinta que o seu bom nome ou reputação saíram lesados de um texto ou imagem publicados ou transmitidos num órgão de comunicação social de dar a sua perspetiva sobre uma dada situação. E tal pode ser feito de várias formas, tanto contradizendo diretamente os factos em questão como apresentando elementos adicionais ou uma versão diferente da questão, por exemplo<sup>24</sup>.

Por vezes foi também recusada a publicação de um direito de resposta por se duvidar da **relação direta e útil** entre o texto inicial e a resposta<sup>25</sup>. Neste ponto cumpre notar que essa relação decorre de uma apreciação sobre a globalidade do documento e que só quando a resposta seja de todo alheia ao tema em causa e seja irrelevante para desmentir, contestar ou modificar a impressão causada pelo texto inicial é que pode ser recusada com esse fundamento<sup>26</sup>.

A recusa com base na **extensão** excessiva da resposta foi o fundamento mais vezes invocado nos recursos apreciados em 2016. Ora, o texto de resposta não deve exceder 300 palavras ou o número de palavras do texto que lhe deu origem tanto na imprensa como na rádio<sup>27</sup>. Na televisão, a resposta ou a retificação não podem exceder o número de palavras do texto que lhe deu origem<sup>28</sup>. No caso de a resposta ser mais extensa, o tratamento da questão depende do meio de comunicação social em causa. Na imprensa prevê-se expressamente a possibilidade de o respondente pagar a publicação da parte em excesso pelo valor equivalente ao da tabela de publicidade comercial redigida do periódico<sup>29</sup>. Na rádio e na televisão, o operador deve, nas 24 horas seguintes à difusão, convidar o interessado a encurtar o texto. Só quando o respondente não o faça dentro das 48 horas seguintes é que o operador pode recusar a divulgação da totalidade do texto<sup>30</sup>.

## Descrição e Análise de Dados

Ao longo de 2016 deram entrada na ERC 45 recursos de direito de resposta ou de retificação e foram proferidas 33 Deliberações sobre direitos de resposta e de retificação pelo Conselho Regulador<sup>31</sup>.

---

24 Note-se que as questões de rigor e de respeito pelas regras deontológicas do jornalismo, a apreciar pelo Conselho Regulador da ERC, na sequência de queixas, participações de iniciativa oficiosa escapam à lógica do direito de resposta, não sendo este a sede própria para a sua análise.

25 A resposta ou a retificação encontram-se limitadas, entre outros, pela sua relação direta e útil com o texto que lhe deu origem [artigo 25.º, n.º 4, Lei da Imprensa, artigo 61.º, n.º 4, da Lei da Rádio e artigo 67.º, n.º 4, da Lei da Televisão].

26 Neste sentido, cf. acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa, de 13.10.2009 [Processo 576/09.7TBBNV.L1].

27 Artigo 25.º, n.º 4, da Lei de Imprensa e artigo 61.º, n.º 4, da Lei da Rádio.

28 Artigo 67.º, n.º 4, da Lei da Televisão.

29 Art. 26.º, n.º 1, da Lei de Imprensa.

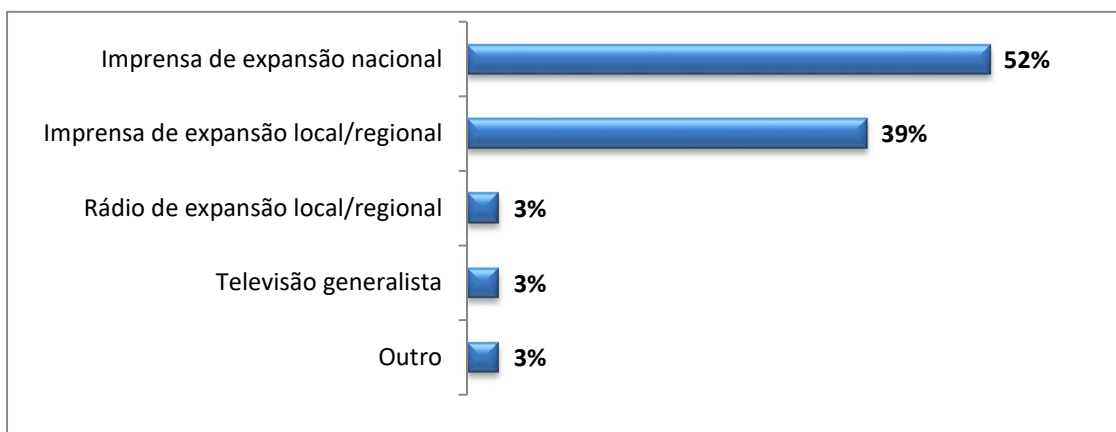
30 Art. 68.º, n.º 2, da Lei da Televisão e 62.º, n.º 2, da Lei da Rádio.

31 Nos anos anteriores, 2015 e 2014, foram produzidas deliberações em 34 e 38 processos, respetivamente.

Dos 45 processos entrados, 11 foram indeferidos liminarmente com fundamento, nomeadamente, em extemporaneidade, e em 4 deles o Respondente desistiu do processo. À semelhança do que foi feito nos relatórios anteriores, apresenta-se de seguida, uma análise das deliberações adotadas, procurando identificar algumas tendências verificadas nestes recursos no ano em questão.

Na sua maioria, os recursos apresentados ao longo deste ano incidiram essencialmente sobre a imprensa, destacando-se a imprensa de expansão nacional (e, dentro desta o Jornal *Correio da Manhã* - 24,2%), seguindo-se a imprensa de expansão local/regional (39,4%) (ver Fig. 1 e 2). À semelhança dos anos anteriores, foi reduzida a percentagem de recursos sobre direito de resposta ou de retificação na televisão, na rádio e noutros suportes (3% cada).

**Fig. 1 - Tipo de meio de comunicação social recorrido**



**Fig. 2 - Identificação do nome do meio de comunicação social recorrido**

Órgão de Comunicação Social Recorrido	N.º de Recursos	%
Comércio de Alcântara	1	3,0
Correio da Manhã	8	24,2
Correio dos Açores	1	3,0
Diário de Notícias	1	3,0
Entre Margens	1	3,0
Expresso	1	3,0
Jornal Barcelos Popular	1	3,0
Jornal Briefing	1	3,0
Jornal da Bairrada	1	3,0
Jornal da Madeira	2	6,1
Jornal do Centro	1	3,0
Jornal I	2	6,1
Jornal Público	1	3,0
Jornal Sol	1	3,0
Notícias de Santo Tirso	2	6,1
O Interior	1	3,0
O MIRANTE	1	3,0
O Ribeira de Pera	1	3,0
Rádio Geice	1	3,0
Revista MAIS (Diário de Notícias -Madeira)	1	3,0
Revista Sábado	1	3,0
Ribeira de Pera	1	3,0
SIC	1	3,0

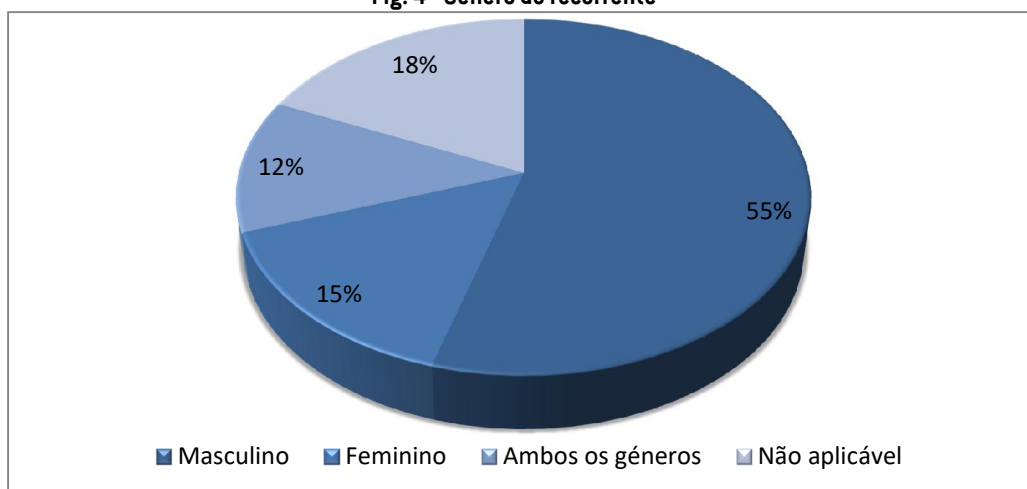
Total	33	100%
-------	----	------

A maior parte dos recursos foram iniciados por cidadãos anónimos (36,4%), com a seguinte distribuição por género: 54,5 % (género masculino); 15,2% (feminino) sendo que 12,1 % dos recursos foram interpostos por mais do que uma pessoa, de géneros diferentes (Figs. 3 e 4). Os restantes recursos (18,2%) foram interpostos por pessoas coletivas.

**Fig. 3 - Caracterização/Tipificação do recorrente**

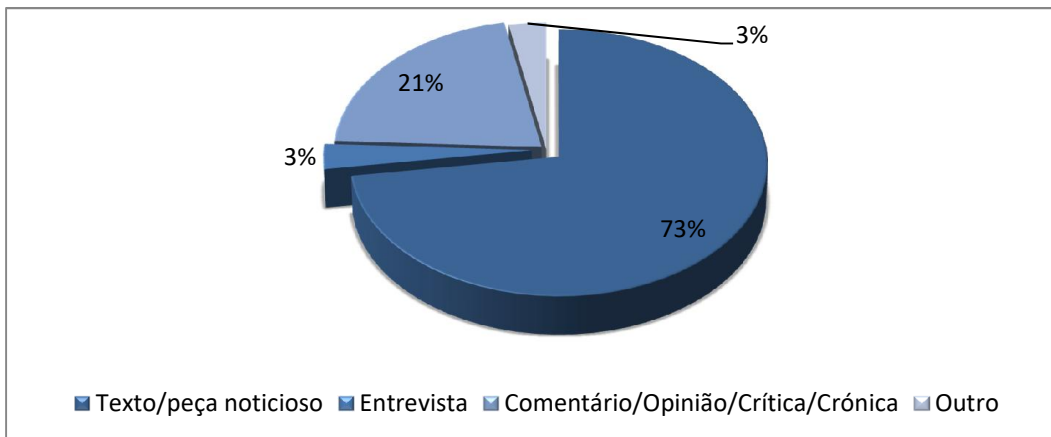
Recorrente/Queixoso	N.º de Recursos	%
Cidadão Anónimo	12	36,4
Pessoa coletiva pública	2	6,1
Pessoa coletiva privada	4	12,1
Funcionário da Administração Pública ou de Organismo Oficial	1	3,0
Dirigente partidário / Deputado	2	6,1
Autarca	9	27,3
Figura pública	1	3,0
Vários	1	3,0
Outro	1	3,0
Total	33	100%

**Fig. 4 - Género do recorrente**



No que respeita ao género jornalístico que motivou a apresentação destes recursos verifica-se que a maior parte incidu sobre peças jornalísticas (72,7%) sendo diminuta a percentagem de recursos sobre outros tipo de artigos/peças (Fig. 5). As peças de opinião/comentário originaram a apreciação de 21,2% dos recursos, as entrevistas e a categoria «outros», representam apenas 3% cada.

**Fig. 5 - Género jornalístico da peça/artigo que originou o recurso**

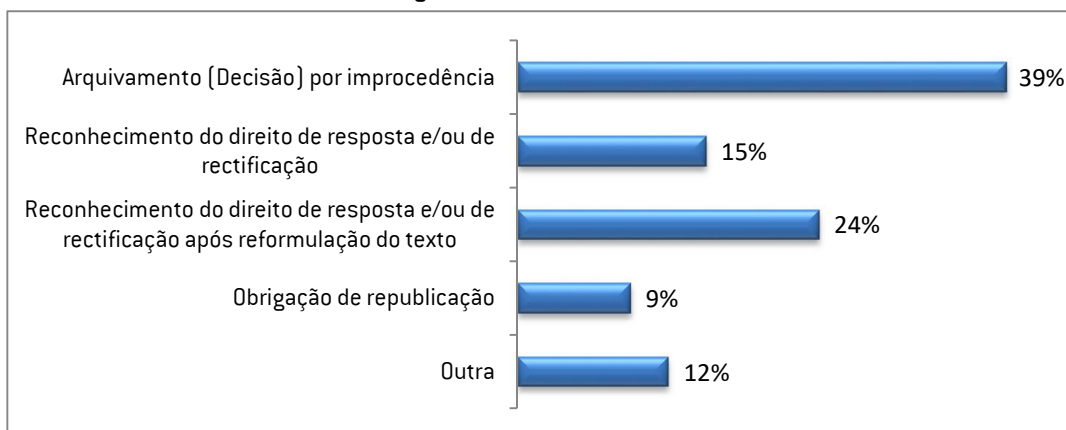


Sobre este ponto, realça-se que o direito de resposta e retificação pode incidir sobre todos os géneros jornalísticos, incluindo os espaços de comentário. Ainda assim, constata-se que o argumento de não se tratar de uma notícia é ainda usado, erradamente, pelos órgãos de comunicação social para fundamentar a recusa da sua publicação.

Relativamente ao sentido das decisões proferidas pelo Conselho Regulador da ERC, destaca-se, no ano de 2016 (Fig. 6):

- i) O reconhecimento da pretensão do Recorrente, ou seja, o reconhecimento do direito [15,2%] - e conseqüentemente, a determinação da sua publicação/transmissão;
- ii) O reconhecimento do direito após reformação do texto [24,2%];
- iii) A obrigação de republicação [9,1%];
- iv) O arquivamento por improcedência [39,4%];
- v) Outros [12,1%]

**Fig. 6 - Sentido da decisão**



Em 2016, a maioria das deliberações da ERC foi no sentido do reconhecimento do direito de resposta ou de retificação (54% - 17 deliberações).

Desses 17 casos, destaca-se que, em 8 deles (representando 20% da totalidade dos processos), a publicação da resposta ou retificação estava dependente de reformulação do texto. Por outro lado, em 3 deles (8%) o Conselho Regulador decidiu existir uma obrigação de republicação de uma resposta ou retificação deficientemente publicada antes do recurso (Fig. 6).

Por último, em 10 desses 17 casos foi determinada a abertura de processos de contraordenação contra o proprietário do órgão de comunicação social, confirmando a tendência crescente dos anos anteriores (Fig. 7).

**Fig. 7 – Consequências**



Sobre as matérias objeto de direito de resposta destacam-se as matérias relacionadas com a atividade das autarquias, funcionamento dos serviços da administração pública e contratos realizados com o Estado para prestação de serviços.

### **Metodologia**

As conclusões que se apresentam encontram suporte nos elementos gráficos que se juntam e que refletem a análise de tratamento estatístico SPSS, com referência às variáveis que se indicam, no seguimento da análise que tem vindo a ser feita em anos anteriores na ERC.

1. Data de entrada do recurso/queixa na ERC;
2. Data do artigo /peça que originou o recurso/queixa;
3. Tipo do meio de comunicação social visado;
4. Identificação de meio de comunicação social visado;
5. Periodicidade do meio de comunicação social visado;
6. Localidade/área geográfica do meio de comunicação social visado;
7. Tipologia/caracterização do recorrente/queixoso;
8. Motivo/fundamento do recurso/queixa (invocada pelo recorrente/queixoso);
9. Resposta/reação/justificação do recorrido face ao pedido do titular do direito.
10. Temática do artigo/peça que originou o recurso/queixa (segundo tipologia própria);
11. Género jornalístico do artigo/peça que originou o recurso/queixa;
12. Género do Recorrente / Queixoso;
13. Data da decisão da ERC;
14. Sentido da decisão da ERC;
15. Consequência da decisão da ERC.

## ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DO SETOR DE MEDIA EM PORTUGAL 2016

### 1. Enquadramento Macroeconómico e Tendências Setoriais

O ano de 2016 foi de recuperação para a economia portuguesa face a 2015, mesmo que a um ritmo inferior. De acordo com as estimativas do Eurostat, a economia portuguesa cresceu 1,4% em 2016, ligeiramente menos que a taxa de crescimento de 1,6% registada no ano anterior, mas a demonstrar aceleração no final do ano (Fig. 1).

De acordo com os dados do Boletim Estatístico do Banco de Portugal, o crescimento em 2016 foi largamente explicado pelo aumento do consumo e do investimento privado, sendo que no último trimestre de 2016, a formação bruta de capital fixo cresceu 4,5% em termos homólogos, a reverter as contrações registadas nos trimestres anteriores.

O setor exportador de bens e serviços também registou uma melhoria bastante acentuada ao longo do ano, seguida de muito perto pela componente importadora, que parcialmente anulou o efeito positivo da exportação.

As trajetórias de crescimento anuais e trimestrais replicaram fielmente as verificadas na Zona Euro, onde a taxa de crescimento anual em 2016 atingiu 1,8%, ligeiramente superior à de Portugal.

Fig. 1: Indicadores macroeconómicos - o PIB português continuou a crescer em 2016

	Portugal				Zona Euro			
	1T2016	2T2016	3T2016	4T2016	1T2016	2T2016	3T2016	4T2016
Tx crescimento PIB homóloga	0,9%	0,9%	1,7%	2,0%	1,7%	1,6%	1,8%	1,8%
Consumo privado	2,5%	1,6%	1,9%	3,0%	1,9%	1,9%	1,8%	1,9%
Gastos Estado	1,3%	0,5%	0,2%	0,3%	2,0%	2,1%	1,7%	2,6%
Formação Bruta de Capital Fixo	-2,6%	-2,2%	-0,1%	4,5%	2,4%	3,8%	2,4%	5,1%
Exportações	3,4%	1,9%	5,6%	6,4%	2,4%	2,5%	2,7%	3,8%
Importações	4,7%	1,5%	3,9%	7,3%	3,4%	4,1%	2,9%	5,5%

Fonte: Boletins Estatísticos Banco de Portugal janeiro 2017 e abril 2017.

Consistentemente com a recuperação económica, a taxa de desemprego desceu, fechando o ano de 2016 em 10,2%. Contrariamente ao que aconteceu em 2015, a produtividade do trabalho desceu e os custos unitários do trabalho aumentaram, uma tendência também verificada na Zona Euro, embora com menor amplitude do que no caso português.

A inflação portuguesa recuperou e o índice harmonizado atingiu os 0,9% de variação homóloga em Dezembro de 2016, valor que refletiu a trajetória ascendente dos preços, tal como se verificou na Zona Euro. Em termos anuais, a inflação média em Portugal, medida pelo mesmo índice, atingiu 0,6%, acima dos 0,5% de 2015 e dos 0,2% registados na Zona Euro. A menor deflação dos preços de bens industriais energéticos e não energéticos a par de um aumento da inflação registada nos preços dos serviços explicaram o fenómeno.

Fig. 2: Indicadores macroeconómicos - o desemprego português continuou a diminuir em 2016

	Portugal				Zona Euro			
	r-16	-16	-16	-16	r-16	16	16	-16
IPC total	0,4%	0,7%	0,7%	0,9%	-0,1%	0,1%	0,4%	1,1%
desemprego	12,0%	11,1%	10,9%	10,2%	10,2%	10,1%	9,9%	9,6%

Fonte: Boletins Estatísticos Banco de Portugal janeiro e abril 2017 e agosto, setembro e outubro de 2016.

Contrariamente ao panorama da Zona Euro, em termos agregados, a concessão de crédito portuguesa permaneceu em contração durante o ano de 2016 e o custo de obtenção de financiamento manteve-se em queda, reflexo da política monetária ultra expansionista adotada pelo Banco Central Europeu. No entanto, o crédito mal parado em proporção do crédito total aumentou ligeiramente, o que se explica fundamentalmente pelo segmento de empresas.

A balança de transações correntes saldou-se positiva, graças à balança de serviços, uma vez que a balança comercial foi deficitária. De salientar que ambas registaram uma melhoria face ao ano de 2015. O investimento estrangeiro direto líquido também fechou o ano negativo, mas foi compensado pelos investimentos em ativos financeiros, o que significa que entrou dinheiro na economia portuguesa, destinado ao investimento em títulos, vindo do exterior, mas o investimento estrangeiro em ativos fixos fixo diminuiu.

O endividamento total do setor não financeiro em % do PIB apresentou uma trajetória descendente atingindo os 386% do PIB, ainda assim um nível bastante elevado. O setor público, com um endividamento correspondente a 166,5% do PIB, valor ligeiramente superior ao registado em 2015, e as empresas privadas com 143,4%, um valor ligeiramente inferior ao de 2015, foram os grandes contribuidores para este resultado. A dívida dos particulares continuou a diminuir, atingindo 76,8% do PIB.

Relativamente às contas públicas, o défice do Estado apresentou uma melhoria de 4,4% em 2015 para 2% em 2016, e o saldo primário, indicador que reflete a sustentabilidade do endividamento registou um excedente de 2,18% do PIB, o mais elevado na Zona Euro.

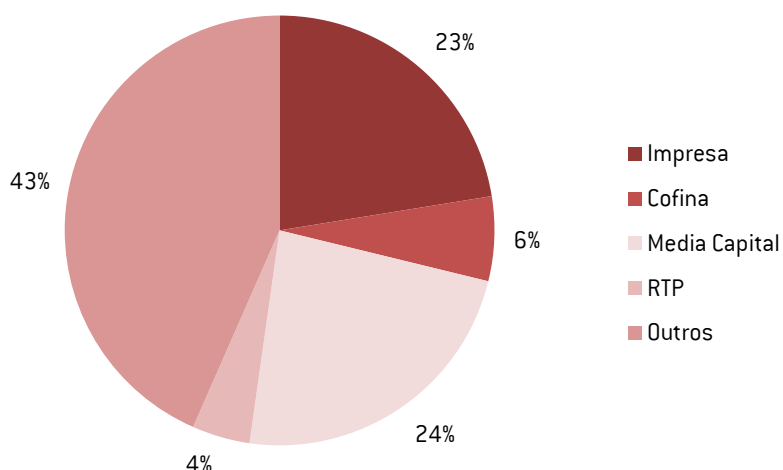
Em geral, pode concluir-se que apesar da taxa de crescimento do PIB ter desacelerado, o enquadramento económico em 2016 melhorou, em alguns aspetos, face a 2015, resultado do dinamismo do consumo privado e da continuação da diminuição do desemprego. Estes aspetos são críticos e tendências com relevantes influências sobre o consumo de média, quer através de uma maior propensão à aquisição direta de produtos do setor, quer através do investimento em publicidade.

A publicidade continuou a ser a principal fonte de receitas das empresas de *media* e, de acordo com a IPG Mediabrands, o mercado publicitário português em 2016 valeu, a preços reais (não de tabela), 518 milhões de euros, um crescimento de 4,7% face a 2015.

Deste bolo, a TV colocou-se como o principal meio recetor de publicidade, ficando com uma fatia de 261 milhões de euros, seguida pelo digital com 101 milhões de euros e pelo *out of home* com 62 milhões de euros. Só depois surgiram a imprensa (jornais e revistas) com 46 milhões de euros e a rádio com 36 milhões de euros.

Em termos de grupos económicos, e segundo os cálculos da ERC, cerca de 56,7% do mercado publicitário de 518 milhões estava nas mãos dos grupos Cofina, Impresa, Media Capital e RTP (Fig. 3).

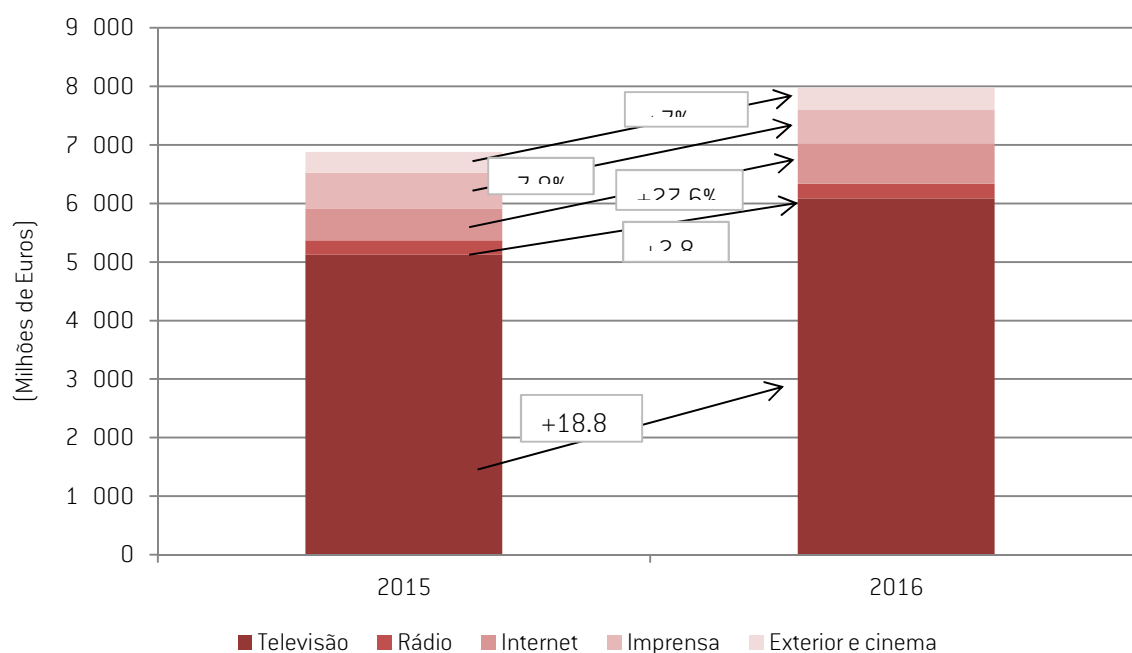
Fig. 3: Investimento publicitário a preços reais em 2016 - mercado dominado por dois grupos económicos



Fonte: Dados Mediabrands, Relatórios e Contas, elaboração ERC.

Olhando para os dados disponíveis a preços de tabela, de acordo com a Media Monitor, todos os segmentos de publicidade cresceram em 2016, com exceção da imprensa, sendo a internet o segmento com taxas de crescimento do investimento publicitário mais elevadas, seguido de perto pela televisão, o segmento dominante em termos de dimensão (Fig. 4).

Fig. 4: Evolução do mercado publicitário a preços de tabela – crescimento entre 2015 e 2016



Fonte: Dados Media Monitor, retirados do Relatório e Contas do Público 2016, elaboração ERC.

A publicidade em papel continuou a desapontar e, de acordo com a Mediabrands, a quebra em 2016 esperada entre o 9% e os 7% nos jornais e nas revistas, acabou por ser três vezes superior, reflexo das quebras de circulação e do avanço do digital como forma de consumo de *media*. A publicidade no digital cresceu cerca de 20% de acordo com a Magna Global.

A realidade portuguesa está em linha com a mundial. A nível mundial, o mercado publicitário provavelmente encerrou 2016 com um crescimento de 5,7%, atingindo os 493 mil milhões de dólares (471,7 mil milhões de euros). Este resultado deveu-se a grandes eventos como é o caso



do Euro 2016, dos Jogos Olímpicos, da Copa América e das eleições norte-americanas, sendo que o primeiro determinou um impacto extra positivo na publicidade nacional.

Na Europa Ocidental, o digital representou 110% do crescimento líquido do mercado, o que significa, de acordo com a Magna Global, que todas as outras plataformas sofreram quedas. Google e Facebook foram os protagonistas neste campo e controlaram mais de metade do investimento total em publicidade digital. Em 2015, ficaram-se pelos 44%.

Relativamente aos maiores anunciantes, a preços de tabela, no total do mercado publicitário de TV, rádio, imprensa, *outdoor*, cinema e internet em Portugal, a Unilever-Jerónimo Martins foi o maior anunciante do ano 2016, com 4% de *share of voice*, 11,3% do dos 20 maiores. A Portugal Telecom (Meo) foi o segundo anunciante do ano, responsável por 2,8% do investimento publicitário total e por 7,9% do colocado pelos 20 maiores anunciantes. O Modelo Continente ocupou a terceira posição, também com um *share of voice* de 2,8% face ao total do mercado publicitário e de 7,7% face ao total dos 20 mais do ano. No total, estes 20 maiores anunciantes foram responsáveis por 36,0% dos montantes globais investidos (Fig. 5).

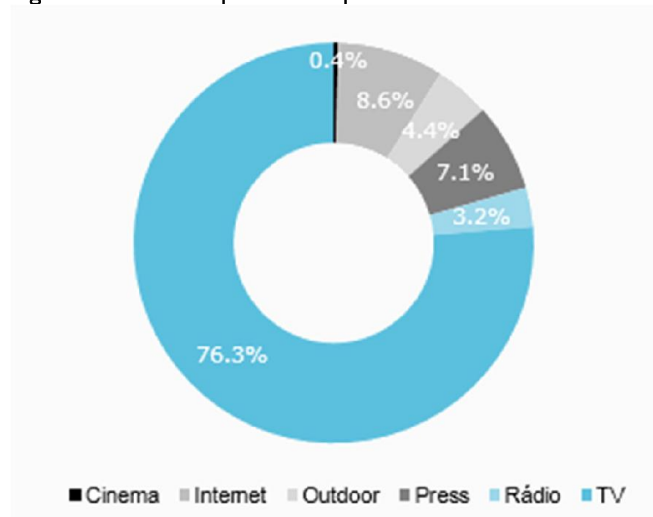
Fig. 5: 20 Maiores anunciantes – *share of voice* (%) em 2016 - alguma concentração de anunciantes

	SOV (total top 20)	SOV (total pub)
UNILEVER-JM	11.3	4.0
PORTUGAL TELECOM	7.9	2.8
MODELO CONTINENTE HIPERMERCADOS SA	7.7	2.8
RECKITT BENCKISER	6.6	2.4
NOS COMUNICACOES	6.6	2.4
EUROPEAN HOME SHOPPING	6.3	2.3
VODAFONE PORTUGAL-COMUN.PESSOAS SA	6.0	2.2
VIVA MELHOR SEMPRE-COM.INTERNAZIONALE LDA	5.5	2.0
PROCTER & GAMBLE	5.3	1.9
L'OREAL-PORTUGAL LDA	4.9	1.8
LOJAS LIDL COMPANHIA	3.9	1.4
WORTEN-SONAE SR	3.9	1.4
GLAXO SMITHKLINE	3.7	1.3
ITMI NORTE SUL PORTUGAL SA	3.4	1.2
SANTA CASA DA MISERICORDIA DE LISBOA	3.3	1.2
SISTEMAS MCDONALD'S PORTUGAL	2.9	1.0
DANONE PORTUGAL SA	2.9	1.0
LACTOGAL-PROD.ALIMENTARES SA	2.7	1.0
BEIERSDORF PORTUGUESA LDA	2.7	1.0
JOHNSON & JOHNSON	2.7	1.0
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>36.0</b>

Fonte: Media Monitor, MMW/Admonitor.

Os maiores investidores privilegiaram, mais do que a média, a televisão - para onde canalizaram 88,4% dos seus *budgets*. À internet dedicaram 6,4% dos montantes, ao *outdoor* 2,5%, à imprensa dirigiram 1,6%, à rádio destinaram 1,0% e ao cinema 0,2%. No global, a maior parte do investimento a preços de tabela foi dirigida à televisão, com 76,3%. A internet captou 8,6% dos montantes totais, a imprensa 7,1%, cabendo 8,0% aos restantes meios analisados pela MediaMonitor (Fig. 6).

Fig. 6: Investimento publicitário por meio 2016 - domínio da TV



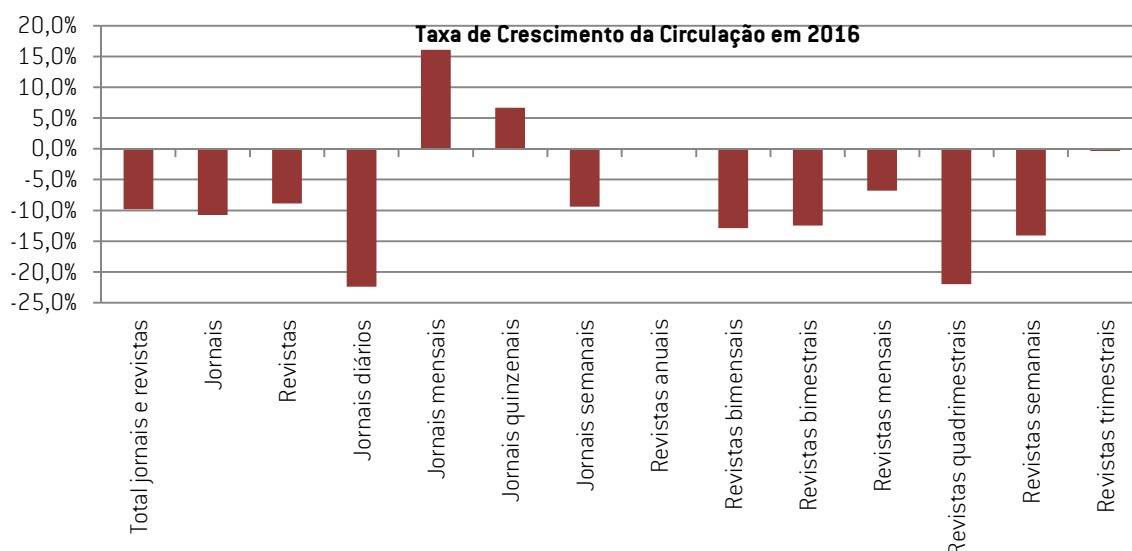
Fonte: Media Monitor, MMW/Admonitor.

Vela a pena salientar que a diferença entre os preços de publicidade em tabela e os preços efetivamente cobrados continua abismal. Sendo o mercado publicitário avaliado pela IPG Mediabrand de 518 milhões de euros e estimando a Media Monitor que, a preços de tabela, o mercado publicitário atingiu os 7.878,5 milhões de euros em 2016, estamos perante descontos de cerca de 93,5%, em média.

Outra fonte de receitas relevante no setor é a circulação de publicações ou jornais. Apesar da dificuldade de estimar as receitas agregadas, através da análise dos dados de tiragem e circulação disponibilizados pela APCT – Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação – constata-se que tanto a tiragem como a circulação de publicações em Portugal apresentaram uma contração durante o ano de 2016, que, em média, segundo os cálculos da ERC, atingiu quase 10% tanto no caso da tiragem como no caso da circulação.

A contração atingiu a grande maioria das publicações, com exceção dos jornais mensais e quinzenais. As quebras de circulação foram superiores nos jornais relativamente às revistas, principalmente por causa da quebra registada nos jornais diários, cuja circulação caiu cerca de 22%, e para a qual o encerramento do jornal Diário Económico contribuiu (Fig. 7).

Fig. 7: Taxa de crescimento da circulação em 2016 – mercado em contração



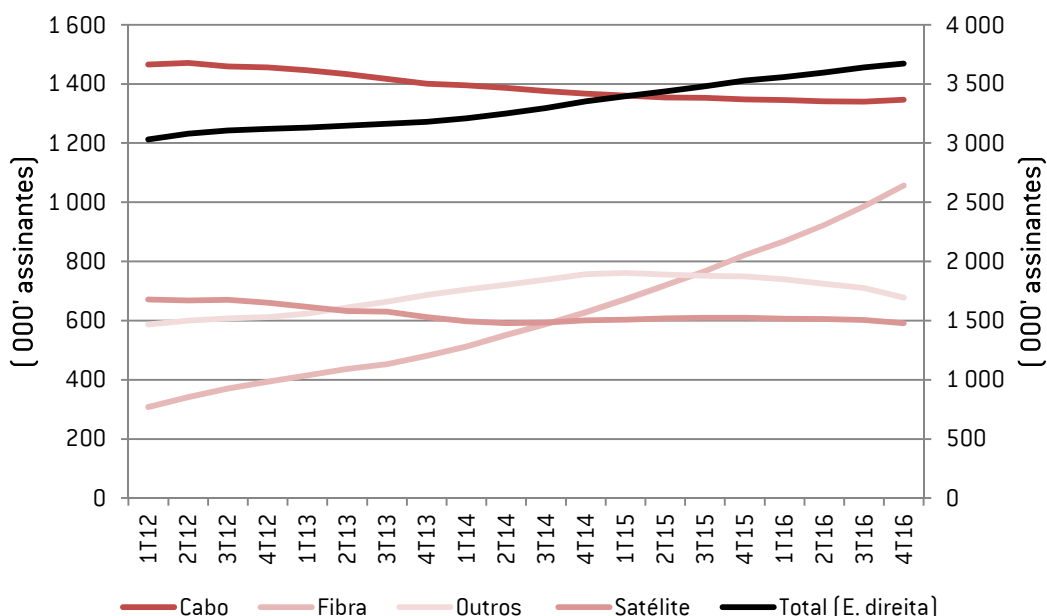
Fonte: Dados APCT, elaboração ERC.

A diferença entre a tiragem e a circulação (circulação/tiragem), que pode ser usada como uma medida de avaliação da capacidade de venda de publicações, manteve-se semelhante a 2015, com níveis próximos de 95% no caso dos jornais e dos 75% no caso das revistas. De salientar a diferença entre tiragem e circulação de 76% nos jornais diários e quinzenais, que sugere a crescente influência do digital no consumo de *media*, especialmente na procura de informação em tempo real.

Uma terceira fonte de receitas para as empresas de *media*, nomeadamente para os detentores de canais de televisão, são as receitas de subscrição de canais transmitidos por vários meios, como por exemplo, a fibra, o cabo, o satélite, entre outros. Na verdade, estas receitas de empresas de *media* detentoras de canais de televisão acabam por ser um custo para um outro segmento de regulados da ERC – os operadores de distribuição de televisão.

Um estudo realizado pela Autoridade Nacional de Comunicações (Anacom) mostra que o total de assinantes do serviço de televisão por subscrição (STVS), excluindo segundas habitações, continuou a aumentar em 2016, tendo a taxa de penetração atingido os 90%, mais 3,6% que em 2015 (Fig. 8).

Fig. 8: Evolução do número de assinantes STVS - crescimento consistente



Fonte: Dados Anacom, elaboração ERC.

O número de assinantes do STVS atingiu 3,67 milhões no final de 2016, mais 145 mil do que no ano anterior. A taxa de crescimento do serviço em 2016 (4,1%) foi idêntica à média dos últimos cinco anos.

Este fenómeno explica-se fundamentalmente pelas ofertas suportadas em fibra ótica (FTTH/B – *Fiber To The Home / Fiber To The Building*) com mais 235 mil assinantes ou mais 28,6% que no final de 2015. O FTTH/B representava, no final do ano, 28,8% do total de assinantes, um crescimento de 5,5% face ao ano anterior, tendo-se tornando a segunda forma de acesso mais importante.

O serviço de TV por cabo, em termos de acesso, manteve-se face a 2015 e continuou a ser a forma de acesso mais importante (36,7%). O xDSL (*Digital Subscriber Line*) diminuiu 9,5%, valor

mais baixo desde 2013, e caiu para o terceiro lugar entre as redes de suporte do serviço (18,5%). Segue-se o DTH (*Direct To Home*) (16,3%), que aumentou 3%.

Continuou a aumentar também a penetração das ofertas de STVS comercializadas em pacote e no final de 2016, cerca de 90,4% dos assinantes dispunham do serviço integrado. Por outro lado, cerca de 79,7% dos subscritores do serviço tinha acesso a mais de 80 canais, o que é representativo do grau de concorrência enfrentado pelas empresas de *media* que transmitem as suas emissões através deste sistema.

O número de lares com STVS e acesso a canais Premium diminuiu face ao final do ano anterior (15,3%), menos 3,3% que em 2015.

O Grupo NOS continuou a ser o principal operador do STVS, com uma quota de assinantes de cerca de 43,5%, seguido de perto pela MEO (38,9%). Em segundo plano aparecem a Vodafone (12,8%) e a Nowo (4,7%). A Vodafone foi o único prestador a aumentar a sua quota de assinantes (mais 2,3%), sendo também o prestador que, em termos líquidos, mais assinantes captou em 2016.

No ano de 2016, o total de receitas proveniente do STVS *stand-alone* e de pacotes de serviços que incluíam este serviço totalizou 1.803 milhões de euros, mais 8,5% que 2015. Independentemente do crescimento do mercado, observamos que, os dados disponíveis para a ERC acerca das comissões de subscrição de canais pagos aos grupos de *media*, como a Impresa e a Media Capital, não espelharam totalmente esta realidade. No caso da Impresa as receitas de subscrição de canais caíram 13,8% e no caso da Media Capital subiram 11,8%.

Os serviços Netflix, FoxPlay e NPlay, que colocam à disposição do consumidor um conjunto de filmes e séries mediante o pagamento de uma mensalidade, surgiram em Portugal no segundo semestre de 2015.

No 4T2016, de acordo com o Barómetro de Telecomunicações da Marktest, 4,1% dos indivíduos com 10 ou mais anos tinha subscrito pelo menos um serviço de *video streaming on demand* (i.e. Netflix, Fox Play ou NPlay). A notoriedade do Netflix atingiu os 42,7%, um aumento de 2,4% desde o 1T2016, altura em que esta informação começou a ser recolhida. Cerca de 2,8% dos indivíduos com 10 ou mais anos subscreviam, no momento da inquirição, o serviço Netflix. A penetração dos restantes serviços era igual ou inferior a 1%.

Entre os utilizadores do Netflix, 58,8% acederam a este serviço através de uma app no tablet/telemóvel e 16,5% através da box do prestador do serviço de distribuição de sinais de STVS.

Restringindo o universo aos utilizadores de internet e alargando o universo de serviços de *video streaming*, cerca de 9% «visualizam conteúdos de vídeo a partir de serviços a pedido», 12% abaixo da média da União Europeia. Em termos do total de indivíduos (16 a 74 anos), Portugal continuava na 22ª posição do ranking com uma penetração de 6%.

Existem outras linhas de negócio, geradoras de receitas nas empresas de *media* para além das supra mencionadas como a venda de conteúdos, serviços multimédia, eventos e marketing entre outras prestações de serviços. No caso dos grandes grupos económicos, estas continuaram a ter um contributo marginal para as receitas operacionais, mas em empresas de menor dimensão, podem representar importantes alternativas à publicidade. A análise individual de um conjunto de empresas selecionadas, exibida no capítulo 6 é representativa desta realidade.

Especificamente em relação à venda de conteúdos, que são identificáveis nas demonstrações financeiras da Media Capital e da RTP de forma autónoma, é evidente o crescimento a taxas duplo dígito desta rúbrica, apesar do seu peso inferior na estrutura de receitas destas empresas.

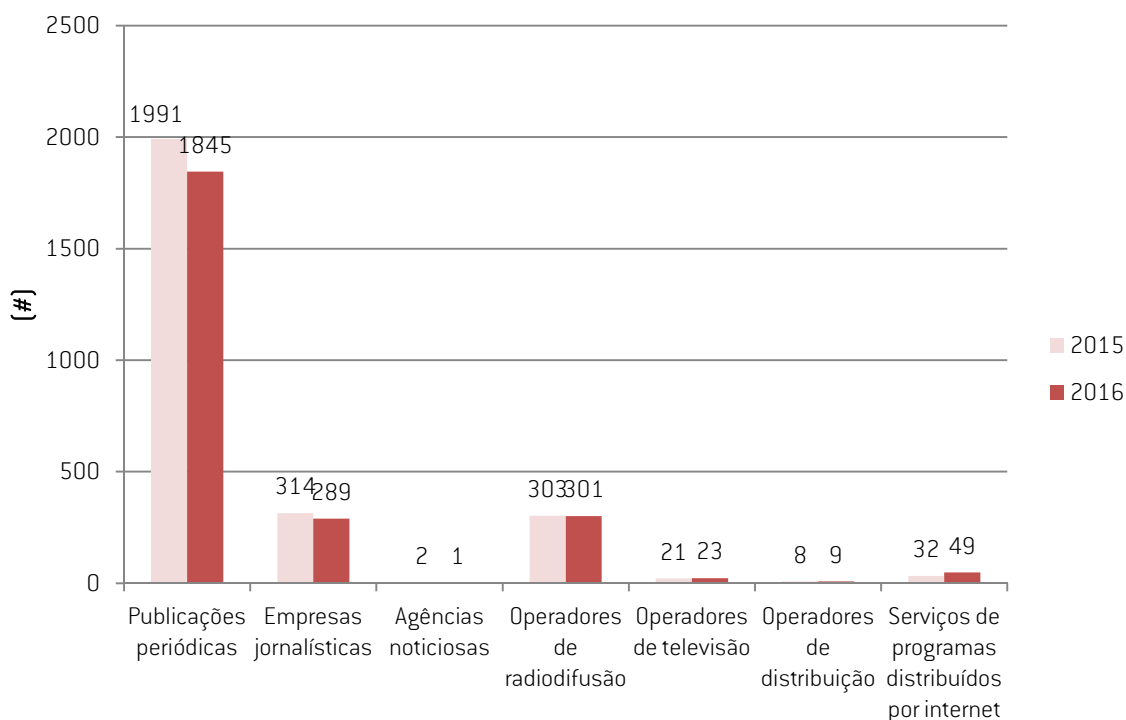
Embora tecnologicamente cada vez mais apreciados, os serviços alternativos fornecidos pelos operadores de STVS, como o *vídeo-on-demand*, a gravação de programas, a pesquisa discricionária, o *over the top*, entre outros, são elementos que diminuem o alcance e a efetividade da publicidade transmitida pelos diversos canais de televisão. Este facto contribui negativamente para a evolução das receitas das entidades que dependem da publicidade como modelo de negócio.

Neste enquadramento, as empresas de *media* debatem-se com uma alteração de paradigma ao nível da distribuição de conteúdos, nomeadamente face ao aumento da importância da STVS e da internet como forma de acesso a conteúdos, com efeitos diretos na evolução das fontes de receita de cada segmento de negócio.

## 2. Análise Económico-Financeira do Setor

A 31 de Dezembro de 2016, existiam ativas no setor 1.845 publicações periódicas, 289 empresas jornalísticas, 301 operadores de radiodifusão, 332 serviços de programas de radiodifusão, 49 serviços de programas distribuídos exclusivamente pela internet, 23 operadores televisivos, 60 serviços de programas televisivos, 9 operadores de distribuição e 12 empresas noticiosas registadas na ERC (Fig. 9).

Fig. 9: Órgãos de comunicação social registados na ERC - setor pulverizado, salvo algumas exceções



Fonte: Base de dados de registos ERC.

É evidente que no setor de *media* existem vários segmentos de regulados, com características díspares em termos de número e dimensão, que importa analisar no âmbito da atividade de regulação. É particularmente relevante estudar o perfil financeiro dos diversos segmentos, os

motores do negócio e as formas de financiamento, para conhecer o universo regulado de forma individual e chegar a um melhor conhecimento do setor como um todo.

### Metodologia

Este estudo pretende mostrar uma fotografia representativa do setor em 2016. Para isso, foi necessário recolher informação em detalhe, mas também disponibilizá-la em tempo útil.

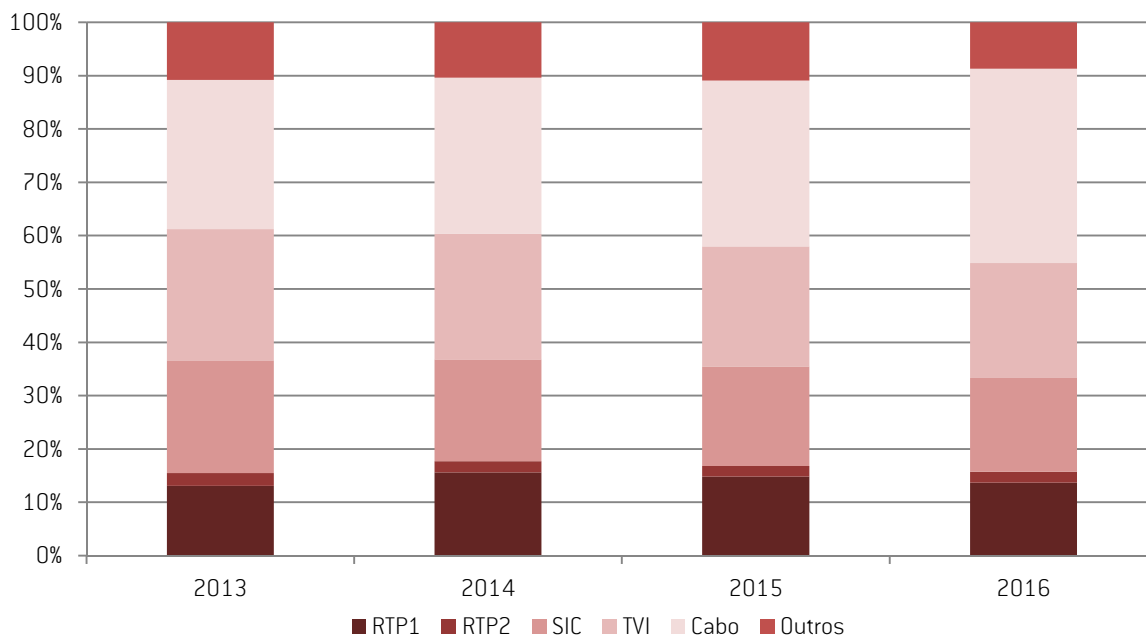
Assim, a análise setorial segue duas abordagens: (i) uma análise baseada em informação financeira detalhada recolhida junto de um universo representativo das empresas reguladas, e (ii) a análise da informação reportada à ERC, pelos regulados, no âmbito da Lei nº 78/2015 de 29 de julho, que regula a promoção da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social.

A data de fecho deste relatório é 15 de junho de 2017.

Na primeira abordagem, o estudo setorial inclui a análise de informação financeira reportada pelos principais grupos económicos conglomerados presentes em vários segmentos de *media* regulados pela ERC, pelos grupos de telecomunicações com STVS e pelas empresas noticiosas, que correspondem aos segmentos do setor com menor número de operadores.

Foram considerados como grupos económicos conglomerados, presentes em vários segmentos de *media* regulados pela ERC, a Cofina, a Global Media, a Impresa, a Media Capital e a RTP. Estes coincidem com os operadores de TV mais relevantes em Portugal, tomando como critério as audiências (Fig. 10).

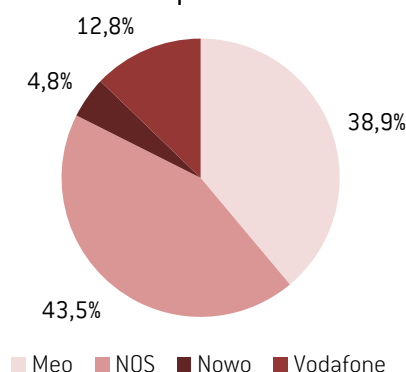
Fig. 10: Evolução das audiências televisivas - dominância dos canais generalistas e presença crescente do STVS



Fonte: GFK/CAEM.

Os grupos de telecomunicações prestadores de STVS considerados foram a a Meo, a NOS, a Nowo e a Vodafone, que dominam esse segmento em Portugal (Fig. 11) sendo a empresa noticiosa, a Lusa.

Fig. 11: Quota de mercado de STVS em nº de assinantes 2016 - mercado pouco fragmentado mas algo competitivo



Fonte: Anacom, elaboração ERC.

Relativamente ao segmento de publicações de jornais e revistas (publicações periódicas), foram consideradas as empresas detentoras de pelo menos uma publicação com mais de 15.000 exemplares de tiragem média em 2016. São também requisitos que o objeto social e as principais fontes de receita de tais empresas sejam a produção de conteúdos e a venda de publicações, que a publicação em causa não tenha um carácter eminentemente promocional ou gratuito e que seja regulada pela ERC. Apesar do critério de seleção das empresas a integrar o estudo ser a tiragem, nas quotas de mercado escolhemos como critério a circulação. Isto porque a tiragem representa melhor o lado operacional das empresas e a circulação representa melhor o resultado das suas ações em termos de alcance de mercado (Fig. 12).

Fig. 12: Top 10 2016 por circulação

#	Publicação	Tipo	Periodicidade	Circulação	Empresa
1	Correio da Manhã	Jornal	Diário	101.457	Grupo Cofina
2	Jornal Destak	Jornal	Diário	69.655	Grupo Cofina
3	Jornal de Notícias	Jornal	Diário	54.785	Grupo Global Media
4	Record	Jornal	Diário	42.291	Grupo Cofina
5	Público	Jornal	Diário	31.383	Grupo Sonae
6	O Jogo	Jornal	Diário	20.450	Grupo Global Media
7	Diário de Notícias	Jornal	Diário	15.399	Grupo Global Media
8	Jornal de Negócios	Jornal	Diário	11.381	Grupo Cofina
9	Diário de Notícias da Madeira	Jornal	Diário	10.604	Grupo Global Media
10	Diário de Coimbra	Jornal	Diário	6.556	Grupo Global Media
1	Dica da Semana	Jornal	Semanal	1.719.483	Lidl
2	Expresso	Jornal	Semanal	96.441	Grupo Impresa
3	The Portugal News	Jornal	Semanal	17.287	Anglopress
4	Jornal do Fundão	Jornal	Semanal	8.857	Grupo Global Media

5	O Jornal Económico	Jornal	Semanal	7.793	Megafin
6	Região de Leiria	Jornal	Semanal	6.500	Jorlis
7	Jornal da Bairrada	Jornal	Semanal	6.189	Grupo Lena
8	Vida Económica	Jornal	Semanal	6.175	Vida Económica Editorial Lda
1	Continente Magazine	Revista	Mensal	108.241	Grupo Sonae
2	Happy Woman	Revista	Mensal	88.240	Baleskapress
3	Cristina M	Revista	Mensal	44.721	Masemba
4	Activa	Revista	Mensal	41.775	Grupo Impresa
5	SaberViver	Revista	Mensal	39.372	Plot Content
6	Máxima	Revista	Mensal	36.140	Grupo Cofina
7	Ticketline Magazine	Revista	Mensal	34.999	Ticketline
8	Seleções do Reader's Digest	Revista	Mensal	32.416	Global family Editions
9	PREVENIR	Revista	Mensal	31.571	Plot Content
10	Lux Woman	Revista	Mensal	30.902	Masemba
1	Maria	Revista	Semanal	145.559	Grupo Impala
2	Tv 7 Dias	Revista	Semanal	98.203	Grupo Impala
3	Nova Gente	Revista	Semanal	72.682	Grupo Impala
4	Visão	Revista	Semanal	69.322	Grupo Impresa
5	Tv Guia	Revista	Semanal	52.353	Grupo Cofina
6	Caras	Revista	Semanal	48.866	Grupo Impresa
7	Telenovelas	Revista	Semanal	46.426	Grupo Impresa
8	Sábado	Revista	Semanal	45.597	Grupo Cofina
9	Tv Mais	Revista	Semanal	36.988	Grupo Impresa
10	Flash	Revista	Semanal	31.579	Grupo Cofina

Fonte: APTC, elaboração ERC. Inclui revistas grátis e promocionais.. Nota: Os jornais não inscritos na APCT não são avaliados, como por exemplo, a Bola.

Adicionalmente, e nesta primeira abordagem metodológica, o estudo inclui empresas radiofónicas que tenham atingido em 2016 um *share* de audiência superior a 3%. Com exceção do Grupo Renascença – R/com - no caso do segmento de operadores radiofónicos, este critério faz com que o universo de entidades visadas esteja integralmente inserido nas empresas conglomeradas do setor, apesar do elevado número de operadores de rádio ativos em Portugal (Fig. 13).



Fig. 13: Audiências e *shares* rádio dezembro 2016 - mercado dominado por grupos económicos conglomerados, apesar a sua granularidade

Grupo/Estação (Dez. 2016)	Reach semanal (%)	Audiência acumulada de véspera (%)	Share de audiência (%)
Total Rádio	78,8%	55,0%	100,0%
Grupo R/Com	48,8%	24,3%	36,4%
RFM	34,3%	15,8%	23,3%
Renascença	13,8%	5,8%	7,9%
Mega Hits	7,8%	3,0%	3,8%
R. Sim	1,7%	0,8%	1,4%
Grupo Media Capital	44,6%	22,5%	33,4%
R Comercial	33,0%	15,8%	21,8%
M80	12,8%	5,0%	7,7%
Cidade	8,4%	2,8%	2,7%
Smoth FM	2,2%	0,8%	0,8%
Vodafone FM	0,8%	-	-
Grupo RTP	14,5%	6,6%	9,0%
Antena 1	10,3%	4,8%	6,1%
Antena 3	4,0%	1,5%	2,2%
Antena 2	1,5%	0,5%	0,5%
RDP África	0,5%	-	-
TSF (Global Media Group)	8,0%	3,2%	3,2%
Outras estações	23,4%	9,5%	16,8%
Não sabe estação	3,2%	0,9%	1,2%
Universo	8.563.501	8.563.501	8.563.501

Fonte: Marktest, elaboração ERC.

Assim, o conjunto de empresas cujas demonstrações financeiras disponíveis foram analisadas em detalhe e cujos principais agregados económico-financeiros foram utilizados como amostra representativa do setor, para tirar conclusões acerca do universo de regulados são os que se apresentam na Fig. 14.

Fig. 14: Lista de empresas selecionadas para inclusão no presente estudo a quem foram solicitados documentos de prestação de contas - demonstrações financeiras e notas

Empresa	Segmento
Lusa - Agência de Notícias de Portugal, SA	Agência noticiosa
Cofina SGPS, SA	Conglomerado
Global Notícias - Media Group SA	Conglomerado
Impresa SGPS, SA	Conglomerado
Media Capital SGPS, SA	Conglomerado
Rádio e Televisão de Portugal SA	Conglomerado
Meo - Serviços de Comunicação e Multimédia SA	Distribuidor TV
NOS, SGPS SA	Distribuidor TV
Nowo Communications SA	Distribuidor TV
Vodafone Portugal - Comunicações Pessoais SA	Distribuidor TV
Baleskpress Publicações e Marketing Lda	Publicações
Cruz Quebrada Media, Edições e Publicações SA	Publicações
Editorial Grupo V - Portugal, Lda	Publicações
Global Family Editions SA	Publicações
Goody - Consultoria SA	Publicações
Light House Editora Lda	Publicações
Luxuspress - Publicações Unipessoal Lda	Publicações
Masemba Lda	Publicações
Motorpress Ibérica SA	Publicações
Multipublicações - Edição, Publicação de Informação e Prestação de Serviços de Comunicação Lda	Publicações
Plot Content Agency SA	Publicações
Público Comunicação Social SA	Publicações
RBA Revistas Portugal Lda	Publicações
Sociedade Vicra Desportiva SA	Publicações
Terra de Letras - Comunicação Lda	Publicações
Worldimpala.net, Lda	Publicações
Rádio Renascença Lda	Rádio

Fonte: ERC

Das empresas acima mencionadas, às quais, sem exceção, foi solicitada informação financeira detalhada, a Global Notícias Media Group, a Impala e a Multipublicações não enviaram dados relativos ao ano de 2016. Assim, estas empresas integram a parte quantitativa do estudo com os dados de 2015, não tendo sido incluídas para efeito de análise de indicadores de crescimento da atividade. As empresas Goody e Vicra Desportiva não remeteram à ERC qualquer informação financeira relativa aos anos de 2014, 2015 e 2016.

Em 2015, foi publicada a Lei nº 78/2015 de 29 de julho, que regula a promoção da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social e altera a Lei de Imprensa, a Lei da Televisão e a Lei da Rádio. De acordo com a referida lei, a ERC foi incumbida de estabelecer, mediante regulamento, as regras sobre a transparência dos principais meios de financiamento e sobre o relatório anual de governo societário das entidades que prosseguem atividades de comunicação social. Em 1 de abril de 2016, foi publicado em Diário da República o Regulamento n.º 348/2016.

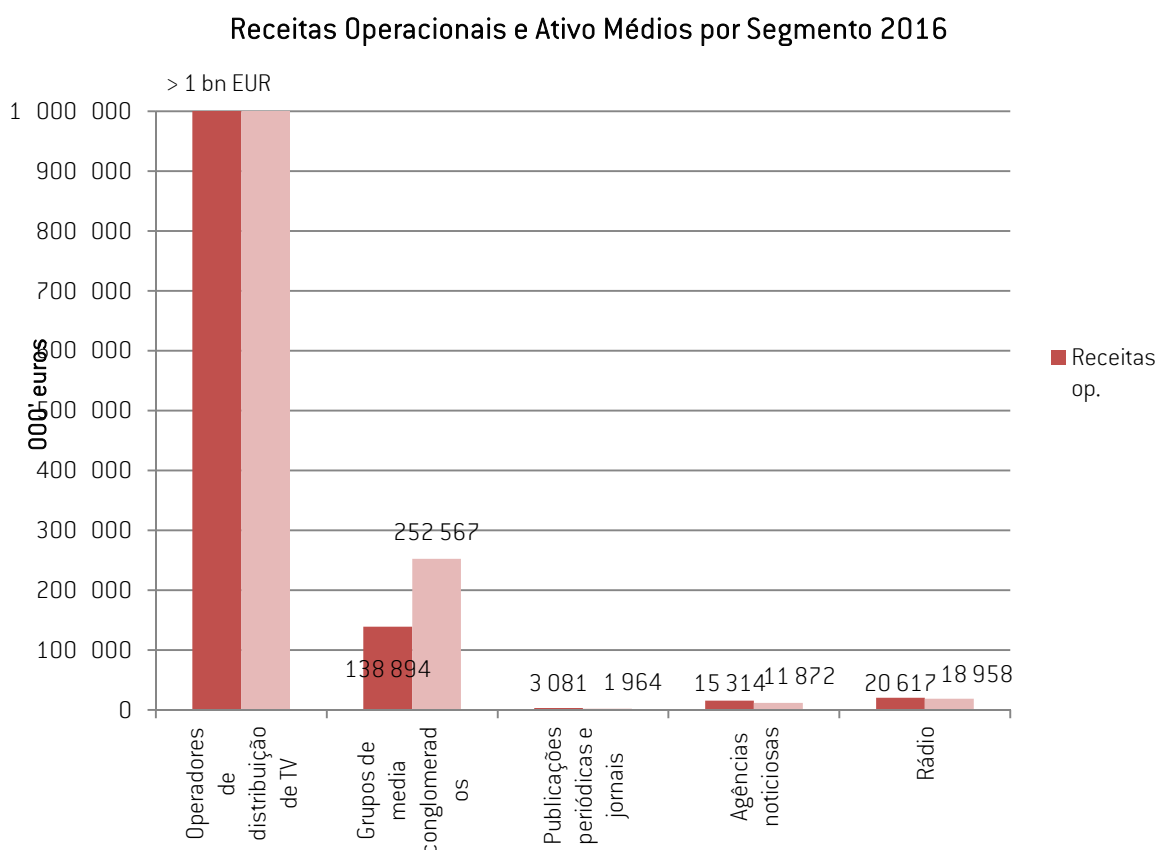
A segunda abordagem utilizada neste estudo baseia-se na análise da informação recolhida pela ERC no âmbito da referida lei e regulamento, que se refere ao exercício anual de 2016 e engloba o universo total de empresas reguladas que já havia cumprido com as suas obrigações de reporte.

### **Análise setorial baseada em informação financeira detalhada recolhida junto do universo representativo de empresas reguladas**

O setor de *media*, regulado pela ERC, é composto por um vasto número de intervenientes, que operam em vários segmentos de negócio diferentes entre si, quer quanto ao mercado de produto, quer quanto ao mercado geográfico. No entanto, é possível identificar cinco segmentos com maior homogeneidade, do ponto de vista do produto, designadamente: (i) operadores de distribuição de televisão, (ii) grupos de *media* conglomerados, (iii) publicações periódicas (jornais e revistas), (iv) agências noticiosas, (v) operadores radiofónicos.

A dimensão financeira dos vários segmentos é bastante díspar. Quando se observa o total de ativos ou de receitas de vendas de bens e prestação de serviços constata-se que os operadores de distribuição de TV são claramente o segmento de maior dimensão, com ativos médios em 2016 de cerca de 3 mil milhões de euros e receitas de vendas e prestação de serviços médias superiores a 1 milhar de milhão. Estes números contrastam com os 2 e 3,1 milhões de euros das empresas de publicações periódicas, respetivamente. (Fig. 15).

Fig. 15 : Receitas operacionais e ativos médios por segmento 2016 - disparidade de dimensão entre os vários segmentos de regulados



Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

Podem existir várias explicações para o resultado.

Em primeiro lugar, os operadores de distribuição de televisão são maioritariamente empresas operadoras de telecomunicações, estas sim, representativas de parte substancial das receitas

e ativos. O setor de telecomunicações e distribuição de televisão é de grande intensidade capitalística, o que se traduz em investimentos volumosos e necessidade de escala, por forma a manter níveis desejáveis de rentabilidade. No universo das empresas em análise verifica-se que a empresa de menor dimensão é a que apresenta uma gama de produtos menor e não tem presença marcada, em termos comparativos, na área de telecomunicações – a Nowo. O aumento da importância da oferta de soluções convergentes de comunicações, nomeadamente móveis, internet e *media*, base lapidar deste modelo de negócio, contribui para acentuar esta configuração do mercado.

Em segundo lugar, as empresas detentoras de publicações periódicas, ao contrário dos operadores de televisão, encontram-se num segmento com menor exigência de capital e, por isso, onde a entrada no mercado é mais fácil, especialmente se o produto ou o mercado geográfico alvo forem diferenciados. Assim, coexistem em Portugal um número elevado de publicações generalistas e especializadas, de pequena dimensão. Vale a pena salientar que o valor médio calculado para as receitas de vendas e prestação de serviços, bem como o valor médio calculado para os ativos deste segmento se encontra influenciado pela presença do jornal Público, claramente maior que as empresas comparáveis no segmento, que não se inserem nos grupos de *media* conglomerados.

Em posições intermédias situam-se os conglomerados do setor, presentes em vários segmentos de *media*, sem a necessidade de uma infraestrutura tecnológica comparável com a indústria de telecomunicações, a par de um grupo operador de rádio e de uma agência noticiosa.

Apesar das diferenças de dimensão, a trajetória da evolução das receitas em 2016 foi semelhante. Em média, as receitas dos segmentos de operadores de distribuição de televisão, conglomerados *media* e publicações periódicas decresceram. A destacar, as performances positivas da agência noticiosa Lusa e da Rádio Renascença, com crescimento das receitas de vendas e prestação de serviços.

É relevante referir que, apesar do mercado publicitário medido a preços de tabela ter crescido em 2016, as receitas de publicidade dos principais conglomerados *media* apresentaram comportamentos distintos, crescendo em alguns casos e diminuindo em outros. A concorrência pelos anunciantes entre operadores generalistas e canais STVS, situados dentro e fora da jurisdição de regulação da ERC, e pela distribuição de publicidade por novos meios como a internet podem ser fatores diferenciadores.

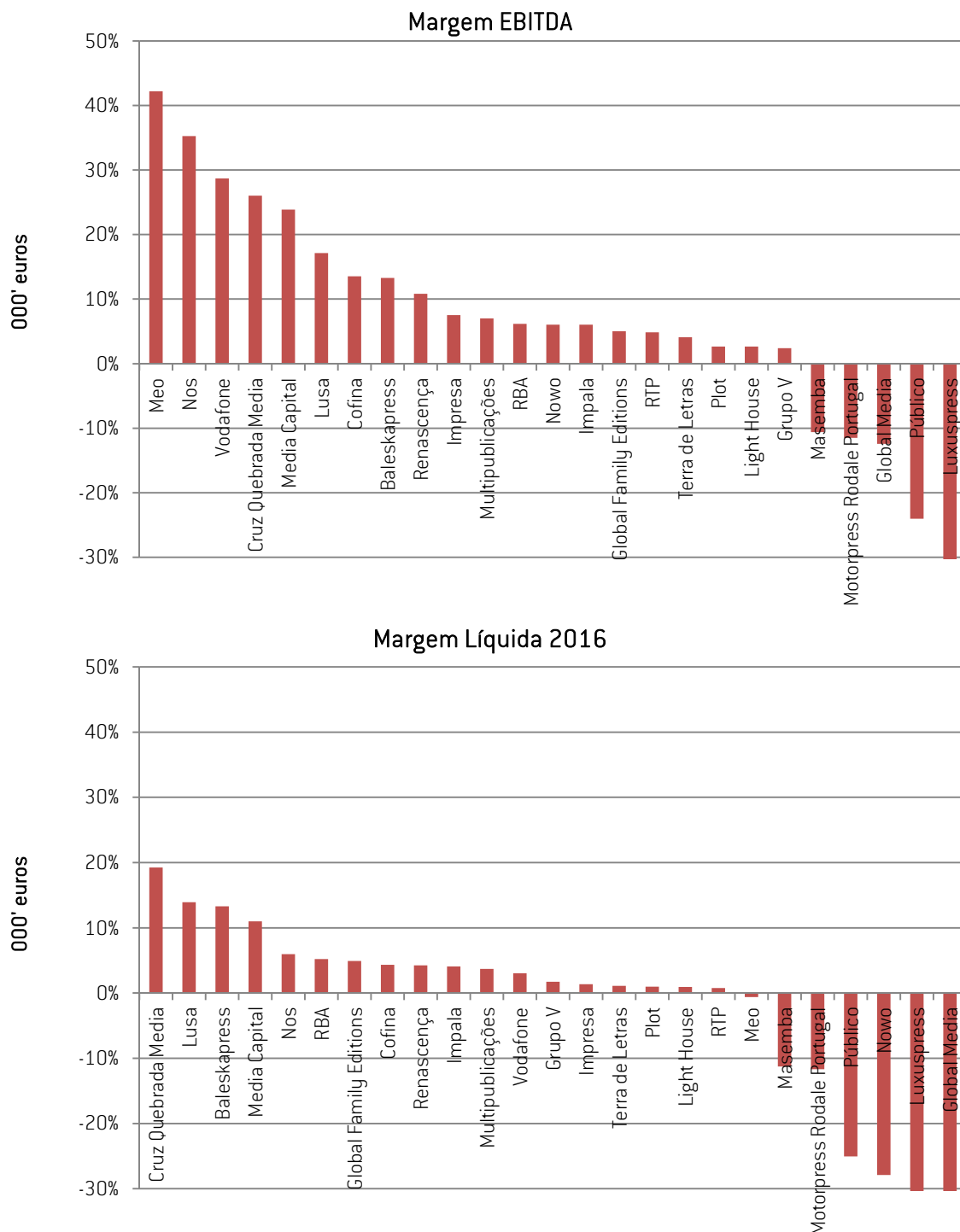
As quebras de circulação, tendência já evidente na análise macro do setor, foram mais um contributo para a pressão nas receitas dos órgãos de comunicação social, a que acresceu a concorrência existente no mercado, resultado do elevado número de intervenientes. A emergência de novas formas de leitura de notícias e publicações, como a internet (fixa ou móvel) foram um fator de pressão adicional.<sup>ff</sup>

Contrariamente ao que aconteceu em 2015, o crescimento das receitas de subscrição e transmissão de programas, patente nas empresas mais concentradas e que se apresenta como um custo para os operadores de STVS, não foi um fenómeno comum a todos os operadores, sugerindo o aumento da pressão dos distribuidores de STVS sobre os conglomerados *media*, como forma de diminuírem os seus próprios custos.

No cômputo geral, e salvo raras exceções, o decréscimo global de receitas traduziu-se no decréscimo dos resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) destas empresas, não tendo ocorrido, como em 2015, uma adaptação das estruturas de custos ao enquadramento mais adverso de geração de receitas, por forma a permitir o crescimento dos resultados na função operacional. Apesar de tudo, tanto ao nível

operacional como líquido, a maioria das empresas da amostra manteve-se rentável (Fig. 16). Exceções foram o jornal o Público, a Masemba e a Global Media que constituem influências negativas nos respetivos segmentos. A avaliação da performance individual, de cada empresa integrante desta amostra, pode ser vista no capítulo 6 deste estudo, onde se descrevem os perfis dos principais intervenientes do setor.

Fig. 16: Margem operacional e Líquida 2016 - setor rentável tanto ao nível operacional como líquido

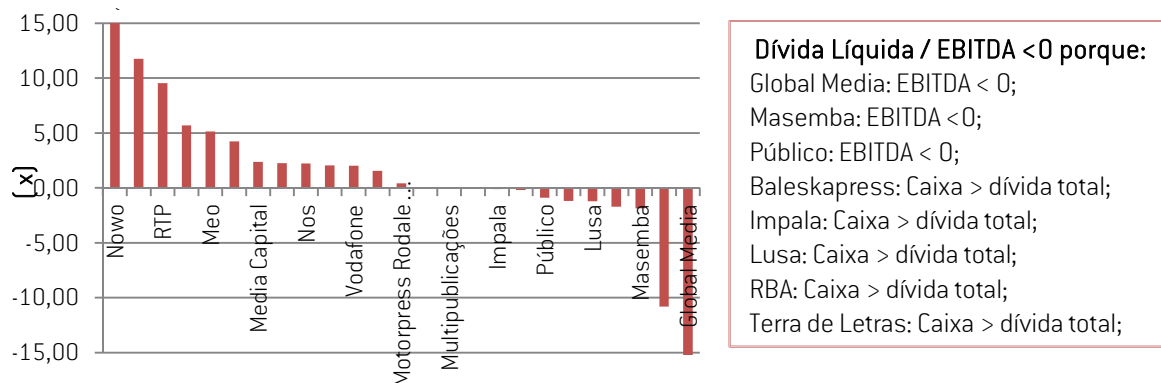


Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

Relativamente ao perfil financeiro, constata-se que as empresas mais pequenas eram, no final de 2016, as menos endividadas. Para efeitos de avaliação do grau de endividamento, é

pertinente analisá-lo face à capacidade da empresa gerar resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (Fig. 17) e face aos ativos totais no balanço (Fig. 18).

Fig. 17: Dívida Líquida / EBITDA 2016 - quanto maior a escala maior a alavancagem



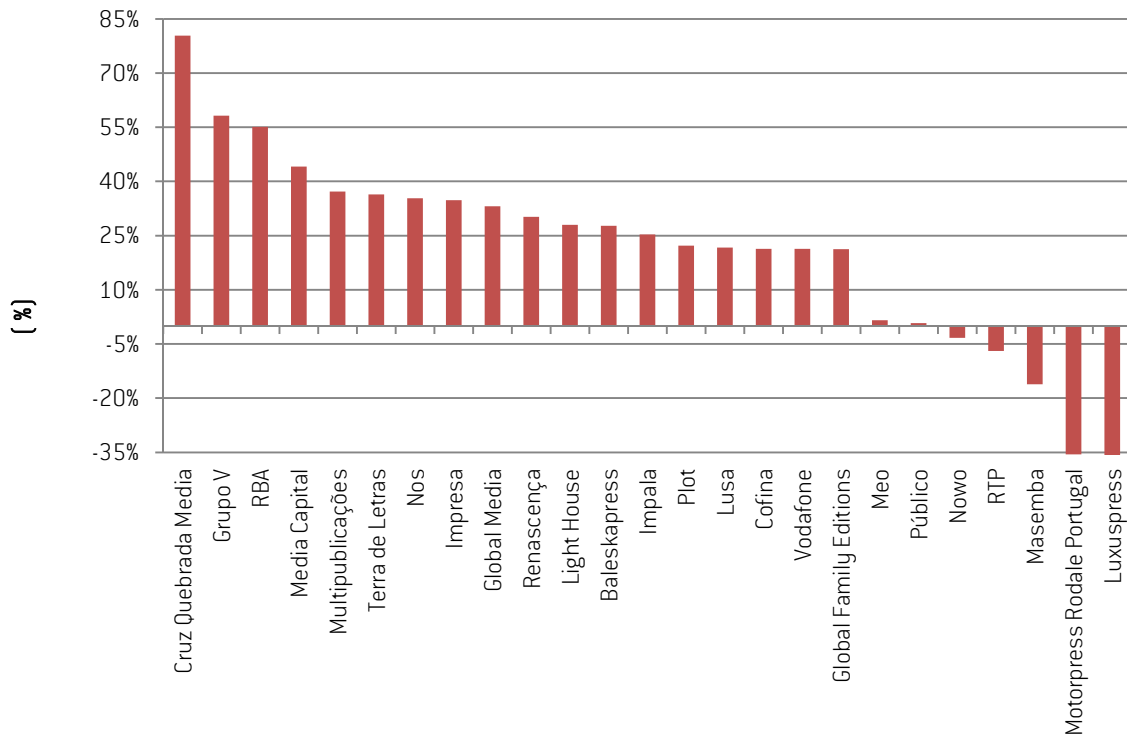
Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

Um rácio de EBITDA face à dívida líquida menor significa que são necessários menos anos de operações para pagar a dívida existente à data do reporte financeiro. É evidente que, na amostra de empresas recolhida, em 2016, as empresas de maiores dimensões e por isso com maior acesso ao financiamento bancário ou com maior apoio acionista, eram as que tinham mais dívida quando comparada com a sua capacidade de gerar resultados através da função operacional. Tanto a Meo, como a Nowo, como o Público têm como principal financiador o acionista, o que é um grande mitigador do risco.

Da amostra recolhida também é evidente a existência de um número significativo de empresas em que a relação indicada era negativa, o que pode dever-se ou a uma posição de caixa superior à posição de dívida financeira, ou à inexistência de dívida financeira ou ainda ao facto do EBITDA ser negativo. As duas primeiras razões são positivas, e explicam o rácio negativo de 7 das 10 empresas nessa situação.

Em termos de solidez financeira, medida pela relação entre os capitais próprios face ao ativo, que representa a parte deste que não foi obtida mediante recurso a endividamento, podemos constatar que o setor é algo alavancado. Apesar de muitas empresas não terem diretamente dívida financeira, apenas duas empresas desta amostra tinham capitais próprios a cobrir mais de 50% do ativo. Adicionalmente, 5 empresas da amostra apresentavam uma situação de falência técnica, com capitais próprios negativos no final de 2016. Contrariamente à medida anterior, não existe um perfil tipo, dado que entre as empresas com rácio de cobertura mais favorável, constavam tanto empresas pequenas do segmento de publicações periódicas como empresas maiores do segmento de conglomerados *media*.

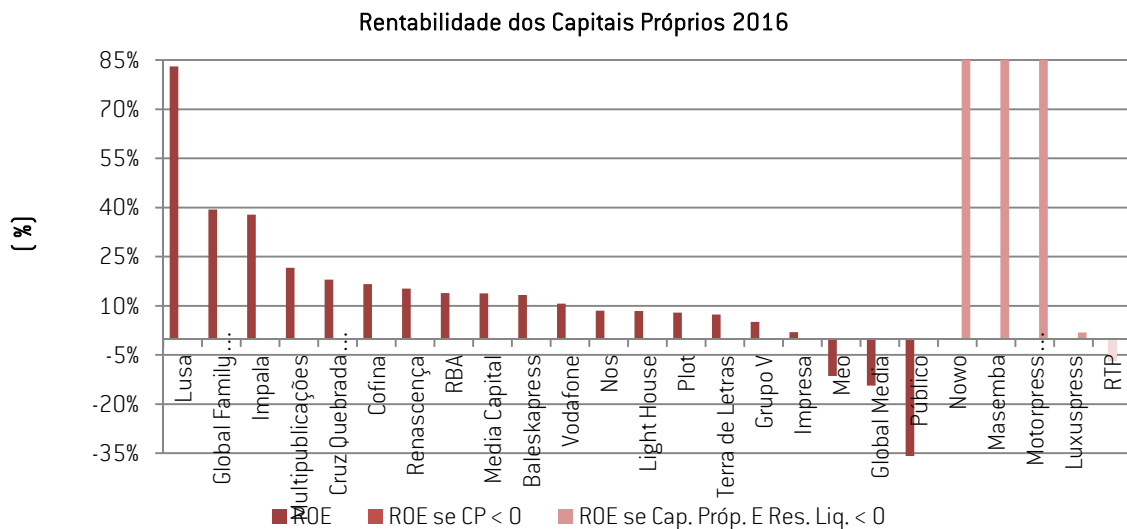
Fig. 18: Capital próprio / ativo 2016 - endividamento das empresas vai para além do sistema financeiro



Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

Apesar do setor poder classificar-se como rentável, não é evidente que seja interessante a entrada de novos intervenientes, ou pelo menos entrantes que aspirem replicar a estrutura de negócio das empresas descritas nesta amostra. A rentabilidade dos capitais próprios (ROE) é positiva na maioria dos casos, apesar de algumas terem tanto capitais próprios como resultados líquidos negativos. Das empresas incluídas, apenas 10 em 25 apresentaram valores de ROE acima dos 10% (Fig. 19) e, contrariamente ao que concluímos em 2015, a rentabilidade dos capitais próprios não está necessariamente ligada à escala das operações ou ao segmento.

Fig. 19: Rentabilidade dos capitais próprios 2016 - não está necessariamente ligada à escala das operações ou ao segmento



Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

Assim, pode concluir-se que a agregação por segmento de produto esconde realidades muito diferentes. No entanto, um traço que afetou a maioria das empresas foi a quebra de receitas, que contrariamente ao que ocorreu em 2015, se traduziu genericamente na deterioração dos resultados da função operacional, não sendo tão evidente a capacidade de cada entidade, individualmente, adaptar as estruturas de custos, como ocorreu no ano anterior.

Pode ainda concluir-se que, apesar de rentável, o setor é algo alavancado. As empresas de maior dimensão apresentaram no final de 2016 um endividamento líquido superior a 3,5 vezes o seu EBITDA e uma minoria de empresas detinha capitais próprios a exceder 50% do ativo.

No entanto, coloca-se a questão de saber se este universo é efetivamente representativo do setor. No caso das empresas distribuidoras de televisão, conglomerados *media* e agências noticiosas, a resposta é claramente afirmativa, mas muitas entidades do segmento da rádio e publicações periódicas foram excluídas desta análise.

Neste aspeto, as informações disponíveis no portal da transparência da ERC poderão ser úteis.

### **Análise setorial baseada em informação financeira constante do Portal da Transparência da ERC**

Como se referiu anteriormente, em 2015, foi publicada a Lei nº 78/2015 de 29 de julho, que regula a promoção da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social e altera a Lei de Imprensa, a Lei da Televisão e a Lei da Rádio. Essa mesma lei incumbiu a ERC de estabelecer, mediante regulamento, as regras sobre a transparência dos principais meios de financiamento e sobre o relatório anual de governo societário das entidades que prosseguem atividades de comunicação social.

Por forma a permitir ao universo de regulados o cumprimento, de forma cómoda e eficiente, das obrigações previstas na referida Lei e no Regulamento n.º 348/2016, a ERC disponibiliza uma plataforma eletrónica onde é possível reportar as informações necessárias ao cabal cumprimento das referidas obrigações.

O período de reporte inicial de informação encerrou a 30 de maio, e os dados utilizados neste relatório foram extraídos a 7 de junho de 2017.

Sendo o setor de comunicação social altamente granular, com mais de 2500 órgãos registados na ERC, verificamos que 66% das entidades que reportaram informação financeira no portal têm como objeto principal a comunicação social, os restantes 34% referem-se a empresas que têm como principal atividade outra que não a comunicação social. Destas últimas, existem entidades que conseguem autonomizar, para efeitos de reporte financeiro, a atividade de comunicação social, embora apenas 8% das entidades o consiga. As outras 92% reportaram indicadores financeiros para a sua atividade consolidada. Esta distinção ocorre fundamentalmente no segmento das publicações periódicas, uma vez que as leis da rádio e da televisão obrigam que estas sejam a atividade principal da empresa proprietária do órgão de comunicação social.

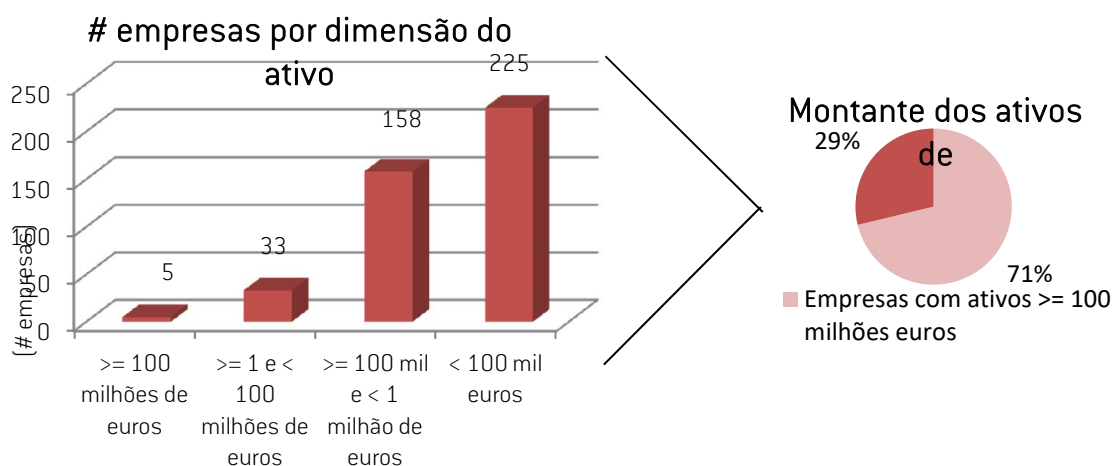
Nesta fase do estudo iremos analisar de forma agregada, os indicadores financeiros reportados no portal referido, das empresas cuja atividade principal é a comunicação social e aquelas que, mesmo não sendo a atividade de comunicação social a sua principal atividade, conseguem autonomizar os indicadores financeiros respetivos.

Apesar do carácter menos detalhado da informação reportada através da plataforma eletrónica, quando comparado com a acedida na análise feita anteriormente, a amostra de regulados, nesta abordagem, é materialmente mais vasta, pelo que é pertinente observar os dados disponíveis.



As empresas do setor são na generalidade de pequena dimensão (Fig. 20). Quando se observa a dimensão do ativo constata-se que 53% das entidades que reportaram indicadores financeiros relativos à atividade de comunicação social têm um ativo inferior a 100 mil euros. As empresas de grande dimensão têm bastante peso no setor, sendo que empresas com ativos superiores a 100 milhões de euros, representavam 76% dos ativos totais reportados no portal e afetos à atividade de comunicação social, que ascendiam a 1,2 mil milhões de euros.

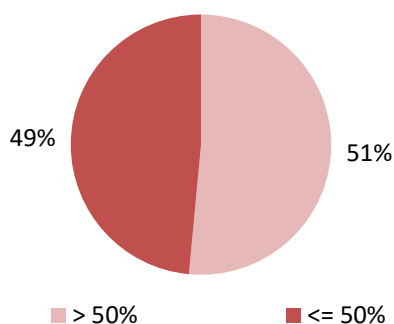
Fig. 20: Empresas por dimensão do ativo 2016 - setor povoado por um elevado número de pequenas empresas mas com peso relevante das maiores



Fonte: Portal transparência, cálculos ERC.

Outro aspeto importante de analisar tem a ver com o grau de alavancagem do setor, ou seja, em que medida o ativo existe resultado da aplicação de capitais próprios ou de contração de dívidas, financeiras ou não. Para isso, pode analisar-se o rácio de capital próprio/ ativo das entidades que reportaram dados e apresentaram capitais próprios positivos. Em média, o rácio capital próprio/ ativo situou-se nos 51,7% (Fig. 21). Constatamos que a média reflete bem a realidade com o número de empresas que reportaram rácios superiores a 50% ser próximo das que reportaram rácios inferiores a 50%. Desta análise ficaram excluídas as empresas que tinham capitais próprios negativos, e que correspondiam a cerca de 20% do total de empresas que reportaram dados financeiros na plataforma.

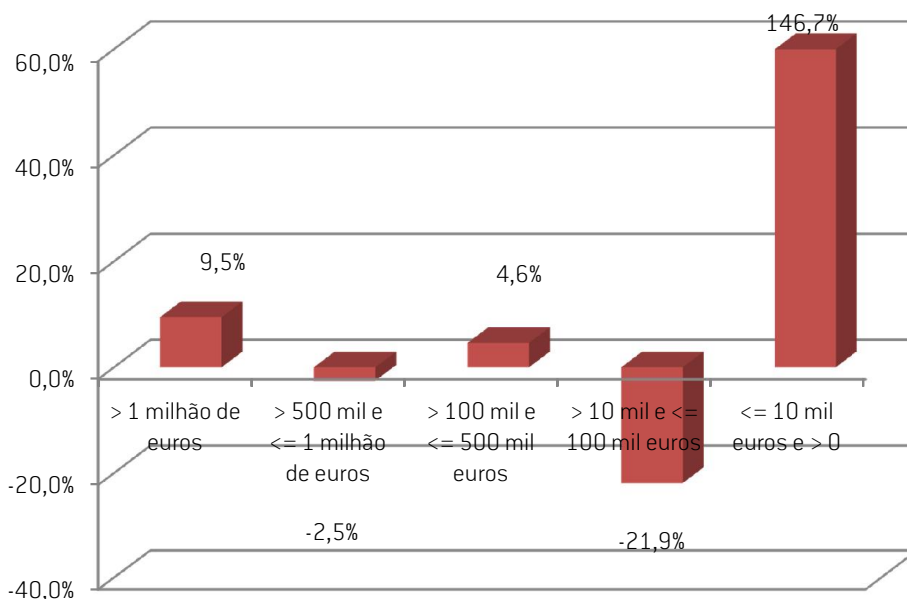
Fig. 21: % Empresas por nível de rácio capital próprio / ativo - média reportada de 51,7%



Fonte: Portal transparência, cálculos ERC.

Do ponto de vista da rentabilidade, os dados reportados mostram que mais de 71% das empresas foram rentáveis ao nível operacional e cerca de 65% tinham resultados líquidos positivos da sua atividade de comunicação social. Neste enquadramento, podemos classificar o setor de rentável, com uma remuneração dos capitais próprios médios de 17,6% (este cálculo inclui apenas empresas que apresentaram capitais próprios positivos). Face a 2015 é de notar uma melhoria na rentabilidade das empresas, sendo que as empresas mais pequenas continuaram a ser as mais rentáveis (Fig. 22).

Fig. 22: Rentabilidade média dos capitais próprios por nível de capital próprio - a melhorar



Fonte: Portal transparência, cálculos ERC. ROE: Rentabilidade do Capital Próprio.

Esta abordagem sugere que, apesar de a escala ser importante em certos segmentos de negócio, pela sua intensidade capitalística ou pelas características do mercado alvo em questão, existe espaço para a subsistência de empresas de pequena dimensão focadas em nichos de mercado de produto ou de mercado geográfico específicos.

### 3. Principais Eventos em 2016

#### Janeiro

- ❖ *Media* portuguesas fecham parceria com Facebook para integrar o Instant Articles.

#### Fevereiro

- ❖ Autoridade da concorrência investiga os contratos de direitos de transmissão de jogos de futebol assinados pela Meo e NOS;
- ❖ Encontro de reguladores ibéricos do setor no Porto;
- ❖ Google financia projetos em Portugal num montante de 1,89 milhões de euros.

#### Março

- ❖ Agência Lusa faz 30 anos;
- ❖ Subida da taxa audiovisual para 3,05 euros, exceto a paga por famílias com apoios sociais, fixada em 1 euro;
- ❖ Administração do Diário Económico avança com pedido de insolvência;

- ❖ ERC aprova Regulamento sobre transparência nos *media*, elaboração imposta pela Lei n.º 78/2015 de 29 de julho que regula a promoção; da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social.

#### **Abril**

- ❖ Divulgação de informação do processo “Panama Papers”;
- ❖ Disponibilização da Plataforma da Transparência que permite que o setor reporte a informação imposta pela Lei n.º 78/2015 de 29 de julho que regula a promoção da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social e altera a Lei de Imprensa, a Lei da Televisão e a Lei da Rádio;
- ❖ ERC alarga o prazo para reporte de informação da transparência até 31 de maio.

#### **Mai**

- ❖ Parlamento aprova na generalidade o alargamento da TDT a mais canais;
- ❖ ERC alarga o prazo para reporte de informação da transparência até 30 de junho.

#### **Junho**

- ❖ Agência Lusa e maior jornal chinês, “O Diário do Povo” assinam protocolo de cooperação que prevê intercâmbio noticioso, formação e assistência;
- ❖ Igreja Maná recebe autorização da ERC para operar canal por cabo, a Kurios TV;
- ❖ SIC pede revogação da autorização de emissão, no cabo, do canal SIC Especial, uma vez que não o estava a utilizar;
- ❖ A RTP e a TV Galiza assinam um protocolo de colaboração na área da ficção;
- ❖ Impala declarada insolvente;
- ❖ Empresa Jornalística da Madeira inicia processo para futura privatização.

#### **Julho**

- ❖ Vodafone Portugal adquire 33,3% da Sport TV, um investimento de 325 mil euros;
- ❖ Sport TV + autorizada a transmitir através do cabo em acesso livre não condicionado.

#### **Agosto**

- ❖ Altice passa a emitir jogos da Liga NOS e Benfica TV, na França, Bélgica Suíça e Luxemburgo;
- ❖ Ongoing declarada insolvente;
- ❖ Entrada em vigor da lei do alargamento da TDT.

#### **Setembro**

- ❖ Jornal gratuito Metro deixa de ser distribuído pela Cofina;
- ❖ Cabovisão altera a sua denominação para Nowo;
- ❖ Lançamento do Jornal das Flores.

#### **Outubro**

- ❖ “Massa Fresca” da TVI é exportada para a Grécia, e transmitida no segundo canal da televisão pública, a ERT 2;
- ❖ Lançamento do jornal económico *online* ECO.

#### **Novembro**

- ❖ Alargamento da TDT para contemplar a entrada da RTP3 e da RTP Memória e renegociação dos contratos existentes de transporte de sinal com a Portugal Telecom;
- ❖ Google atribui 1,58 milhões de euros a 6 projetos portugueses de jornalismo digital;
- ❖ Chineses da KNJ Investment Limited anunciam a compra de 30% da Global Media, com um investimento de 17,5 milhões de euros;
- ❖ Fim dos 5 anos do mandato do Conselho Regulador da ERC, que se mantém em funções até à substituição.

#### **Dezembro**

- ❖ Megafin lança o Jornal Económico, um título nascido a partir das estruturas do “Oje” e do “Diário Económico”.

## **Brexit**

Em junho de 2016 ocorreu o referendo acerca da permanência do Reino Unido (RU) na União Europeia (EU), evento que, a concretizar-se, terá profundas implicações no setor de media.

No RU, a British Telecom, que fornece serviços a cada um dos membros da UE é detida em 12% pela Deutsche Telekom; a O2 é detida pela espanhola Telefónica; o grupo Vodafone está baseado no RU mas gera metade das suas receitas na EU; é também no RU onde estão sediadas o maior número de empresas de *media* pan-europeias e existem estimativas que sugerem que 40% dos colaboradores de indústrias criativas são nacionais de estados da EU; a ITV é um dos maiores produtores de conteúdos de TV independente da Europa, o Discovery e a Sky têm também avultadas operações na Europa, as atividades de telecomunicações e media assentam em regulação europeia, no RU existem cerca de 1.200 serviços de televisão licenciados, mas cerca de um terço não transmite para o público do RU, inversamente, cerca de 35 canais transmitidos para o RU, estão baseados fora do país.

O Brexit é um acontecimento extremamente importante para o setor de *media* na Europa e também em Portugal.

Se se pensar que a Diretiva 2010/13/UE do Parlamento Europeu e do Conselho de 10 de Março de 2010 tenta, de alguma forma, unificar o quadro legal do setor numa ótica europeia e facilitar o intercâmbio de conteúdos, a saída do RU da UE será um entrave à transmissão de conteúdos entre ambas as áreas.

De acordo com a Diretiva, cada Estado-Membro deve assegurar que todos os serviços de comunicação social audiovisual prestados por fornecedores de serviços de comunicação social sob a sua jurisdição, respeitem as regras da ordem jurídica aplicável aos serviços de comunicação social audiovisual, destinados ao público nesse Estado-Membro. Isto significa que, mesmo que os serviços audiovisuais do RU respeitem tais princípios, será necessária uma verificação do cumprimento respetivo. Se as empresas de *media* do RU estiverem interessadas em continuar a vender conteúdos na UE deverão estabelecer operações significativas num Estado Membro, especialmente se o quadro legislativo futuro a vigorar no RU for pouco aderente às regras da UE. O RU, por seu lado, poderá erguer algumas barreiras à aquisição de conteúdos vindos da Europa, sendo que este fluxo é menos significativo que o primeiro. Neste enquadramento, o RU tem todo o incentivo em manter um elevado grau de harmonização normativa e legal, por forma a minimizar os riscos de um relacionamento comercial com a UE mais restrito ou até mesmo inexistente.

No entanto, poderão surgir barreiras ao licenciamento de serviços de programas Europeus no RU por parte do Ofcom, nomeadamente aqueles que atualmente caem sob o princípio do país de origem da diretiva de serviços audiovisuais. No âmbito da implementação de iniciativas legislativas europeias, como as relativas à proteção de dados ou propriedade intelectual, é natural a tentativa de manutenção de algum grau de similaridade com o normativo da UE apesar de o RU ter flexibilidade para proceder a interpretações menos rígidas.

Outro aspeto onde poderá surgir alguma incerteza será acerca da aplicação do regime de quotas para as produções do RU, que provavelmente estarão excluídas da categoria “Produções Europeias”, cuja transmissão obedece a mínimos. As coproduções provavelmente enfrentarão mais barreiras e o RU poderá passar a ser tratado de forma semelhante a Estados não Membros.

A todas estas incertezas acresce a menor liberdade de circulação de pessoas e bens bem como considerações acerca de apoios do Estado a produções privadas e conseqüentes diferenças de entendimento entre o RU e a UE. Numa altura em que as fusões e aquisições são um tema quente no setor, mais importante se torna ter um enquadramento legal estável e transparente.

É difícil, nesta altura e com a informação disponível, avaliar o impacto do Brexit no setor de media da UE e do RU, sendo claro que ambos os lados poderão obter vantagens e desvantagens do processo.

É claramente um assunto a monitorar em 2017.

### **Direitos Transmissões de Futebol**

Na sequência dos contratos de futebol que a Meo e a NOS assinaram no final de 2015 implicando contrapartidas financeiras globais de porte, em maio de 2016, a NOS e a Vodafone acordaram a disponibilização recíproca, por várias épocas desportivas, de conteúdos desportivos (nacionais e internacionais) detidos pelas empresas, tendo como objetivo assegurar a ambas a disponibilização dos direitos de transmissão dos jogos em casa dos clubes, bem como dos direitos de transmissão e distribuição de canais de desporto e de canais de clubes, cujos direitos sejam detidos por cada uma das partes em cada momento.

O acordo produziu efeitos logo a partir da época desportiva 16/17, garantindo que os clientes da NOS e da Vodafone pudessem ter acesso ao canal do Benfica e aos jogos do Benfica em casa, independentemente do canal onde estes jogos fossem transmitidos.

Tendo em conta a possibilidade que o acordo celebrado previa de se alargar aos outros operadores, em julho de 2016 a MEO e a Cabovisão (Nowo) aderiram ao mesmo, pondo designadamente fim às lacunas de programação existentes e garantindo que todos os clientes de televisão paga em Portugal podem ter acesso a todos os conteúdos desportivos relevantes, independentemente do operador de telecomunicações que utilizassem.

No âmbito do acordo celebrado com os restantes operadores, como contrapartida pela disponibilização recíproca dos direitos, os custos globais foram repartidos de acordo com as receitas retalhistas de telecomunicações e as quotas de mercado de STVS.

Em agosto de 2016, foi alcançado um acordo que tem como objetivo que a estrutura acionista da Sport TV passe a ser detida em partes iguais pela Meo, NOS, Olivedesportos e Vodafone. Em janeiro de 2017, a MEO entrou no capital próprio da Sport TV, e a 24 de fevereiro de 2017, a Meo, NOS, Olivedesportos e Vodafone passaram a deter uma participação igual de 25%.

### **Economia Digital**

2016, foi mais um ano de consolidação da presença da economia digital na economia dos media.

Os resultados de 2016 do estudo Bareme Imprensa Crossmedia da Marktest mostraram que cerca de 1,7 milhões de portugueses leram notícias através de aplicações no smartphone ou tablet. Ainda assim, os jornais e revistas em papel continuaram a ser os principais canais de acesso à informação, tendo sido referenciados por 87,6% dos residentes no Continente, com 15 e mais anos.

Os sites no computador eram o segundo canal mais usado (78,5%), seguido de sites no smartphone/tablet (46,7% das referências) e 45,1% referiu aceder a informação através de newsletters recebidas por email. Apenas 30,1% dos inquiridos afirmaram que acederam a notícias e informação por via de aplicações. Esta tendência foi maior junto da população masculina, dos indivíduos dos 35 aos 44 anos, dos quadros médios e superiores e dos indivíduos da classe alta.

O número de portugueses que contactaram com jornais ou revistas, considerando os leitores de edições em papel ou digitais, chegou aos 6,8 milhões, correspondendo a 78,8% dos residentes no Continente com 15 e mais anos. No conjunto dos títulos analisados, a cobertura máxima das

edições em papel, ou seja, a percentagem de indivíduos que contactou com pelo menos uma edição destes títulos, foi de 67,2%, abaixo dos 71,9% registados no estudo anterior. Já a cobertura máxima digital foi de 47%, o que significa que quase metade dos portugueses contactou com as versões digitais de pelo menos um dos títulos em análise, acima dos 46% do estudo anterior.

O estudo revelou ainda que 31,8% dos portugueses leram estes títulos apenas em papel contra 36,1% do ano transato, enquanto 11,6% contactaram com eles apenas no meio digital, contra 10,2%. 35,4% corresponderam aos inquiridos que contactaram em ambos os formatos, papel e digital, antes 35,8%.

Sendo a diminuição dos inquiridos que responderam que contactaram com títulos apenas em papel superior ao ganho registado nos que apenas utilizaram o contacto digital, e dada a existência de alguma estabilidade nos que contactaram com títulos através dos dois meios, leva-nos a concluir que a imprensa em geral continua a perder audiência.

### **Televisão Digital Terrestre (TDT)**

Ao contrário do que sucede na generalidade dos países europeus, Portugal mantém níveis de oferta de conteúdos na TDT residuais, desperdiçando um instrumento precioso de reforço da cidadania, de democratização no acesso a conteúdos audiovisuais, de difusão cultural e informativa e de estímulo à indústria audiovisual.

No início de 2016, essa oferta era praticamente idêntica à que resultava da plataforma analógica, situação cuja persistência urge inverter, perante critérios de desenvolvimento social e no quadro do processo de desenvolvimento tecnológico disponível.

Para o atual estado da TDT, em termos de oferta de conteúdos, entre os vários percalços verificados no processo de implantação da TDT, releva sobretudo o fracasso do chamado 5.º canal e o fracasso do canal *High Definition Television* (HDTV) partilhado que deveria funcionar até ao fecho da radiodifusão televisiva analógica, para os quais, foi reservado espaço no Multiplexer A (Mux A) que nunca foi utilizado.

Tendo em conta o crescimento da taxa de penetração do STVS e a necessidade de alargar a oferta de serviços de programas da TDT, permitindo o acesso integral em sinal aberto a todos os canais de âmbito nacional de serviço público, o Governo considerou necessário redefinir as reservas de capacidade anteriormente determinadas, de modo a melhor utilizar a capacidade do Mux A.

Considerando que :

- (i) Quanto à possibilidade de optar pela emissão de conteúdos em HDTV, tendo em vista a melhor utilização do espaço do Mux A, caso os três operadores de serviços de programas que já emitem hoje na rede emitissem nesta norma, o espaço do Mux A não seria suficiente para manter a já reduzida oferta de conteúdos que hoje se verifica, uma vez que não sobriaria espaço, nem mesmo para a inclusão do Canal Parlamento, tornando a oferta de serviços de programas ainda menor do que é hoje;
- (ii) É tecnicamente impossível acomodar no Mux A todos os canais beneficiários da obrigação de transporte em HDTV, e, tendo em atenção que o princípio da igualdade lhes conferiria o mesmo direito, a emissão em contínuo em HDTV dos referidos serviços de programas implicaria necessariamente a atribuição de mais espectro para um novo Multiplexer, e que;
- (iii) Após realizados estudos e testes sobre a capacidade da rede por parte do operador de distribuição responsável pela seleção e agregação de serviços de programas, verificou -se que a capacidade no Mux A permite atualmente nove serviços de programas em *Standard Definition Television* (SDTV), respeitando as normas

técnicas definidas no concurso público para a utilização de frequências de âmbito nacional para o serviço de radiodifusão televisiva digital terrestre, bem como o contratualizado sobre requisitos técnicos entre o operador da rede e os operadores de televisão que já emitem na TDT,

O Governo abriu a possibilidade de atribuir quatro novos serviços de programas, repartidos entre o operador de serviço público e operadores privados, de modo a assegurar não só uma maior quantidade de conteúdos, mas também uma maior diversidade de programação.

Assim, mediante a Resolução do Conselho de Ministros nº 37-C/2016, o Governo pretendeu incluir os serviços de programas RTP3 e RTP Memória, na TDT, sem publicidade televisiva, sendo os tempos reservados à publicidade substituídos por espaços de promoção e divulgação cultural, com o objetivo de não pôr em causa a sustentabilidade da oferta assegurada pelos operadores privados de televisão. Segundo esta resolução, a reserva de capacidade no Mux A necessária a dois serviços de programas televisivos em definição SDTV, deveria ser afeta a mais dois serviços de programas televisivos de acesso não condicionado livre, mediante concurso público de atribuição de licenças.

A Lei nº 33 de 24 de agosto veio concretizar alguns dos aspetos referidos na Resolução de Conselho de Ministros e reforçar que os serviços de programas de televisão licenciados e concessionados à data da entrada em vigor da lei mantêm o direito à utilização da capacidade de difusão no Mux A, da TDT, incluindo o sinal disponibilizado à Assembleia da República e que a capacidade remanescente do Mux A que não possa tecnicamente acomodar outros serviços de programas de televisão e serviços complementares pode ser livremente utilizada pelo detentor do respetivo DUF .

A mesma Lei definiu que a ANACOM e a ERC devem promover conjuntamente, e apresentar à Assembleia da República, assumindo os respetivos custos, os estudos financeiros, técnicos e jurídicos que permitam uma análise sobre as diferentes possibilidades de alargamento adicional da oferta de serviços de programas na Plataforma de TDT, devendo obrigatoriamente ter em conta as diferentes experiências europeias, incidindo, entre outros, sobre a adequação do espetro disponível para a TDT, a evolução das normas tecnológicas associadas a esta forma de difusão, a opção por transmissão em alta definição, o regime e procedimento de adjudicação de licenças e a garantia de transmissão dos restantes serviços de programas do serviço público.

Ficou claro que é responsabilidade da ANACOM — Autoridade Nacional de Comunicações - fiscalizar, de modo regular ou a requerimento dos interessados, as condições técnicas de prestação do serviço de transporte e difusão do sinal de TDT, devendo para o efeito ser tida em conta a qualidade do sinal na receção.

Assim, a 1 de Dezembro de 2016, a RTP3 e a RTP Memória entraram na TDT, e aumentaram a oferta até à data composta por RTP1, RTP2, SIC, TVI e Canal Parlamento.

Durante o mês de dezembro as audiências da RTP 3 e da RTP Memória aumentaram substancialmente (Fig. 23).

Fig. 23: Audiências antes e depois TDT

RTP 3				RTP MEMÓRIA			
<b>Acesso apenas por Distribuidores cabo</b>				<b>Acesso apenas por Distribuidores cabo</b>			
Média 1 jan a 30 Nov	RTP 3	rat#	shr%	Média 1 jan a 30 Nov	RTP Memória	rat#	shr%
		16	0,8			5	0,3
<b>Acesso Universal</b>				<b>Acesso Universal</b>			
Dados médios de	RTP 3	rat#	shr%	Dados médios de	RTP Memória	rat#	shr%
1 a 11 dez	RTP 3 TDT	19	0,9	1 a 11 dez	RTP Memória TDT	7	0,3
	RTP 3 Total	14	0,7		RTP Memória Total	13	0,6
		32	1,5			20	0,9

Fonte: <https://espalhafactos.com/2016/12/14/tdt-audiencias-da-rtp3-e-rtp-memoria-aumentam/>

#### 4. Perspetivas Futuras

A economia digital e as alterações daí decorrentes deverão continuar a ter uma influência determinante no setor de *media*. A alteração da forma como os conteúdos são consumidos e dos canais utilizados implica uma distribuição diferente do investimento publicitário e afeta diretamente as linhas de receita alternativas como venda de publicações, venda de conteúdos, entre outras, tornando incontornável a necessidade de adaptação contínua do setor.

Para 2017, a IPG Mediabrands estima que o bolo publicitário em Portugal deva registar um crescimento de 4,8 % para os 543 milhões de euros, embora este desempenho não deva ser positivo para todos os sectores. O sector da imprensa deverá permanecer em contração, com menos 23 % de investimento em publicidade, passando dos 23 milhões de euros em 2016 para os 18 milhões de euros em 2017 e as revistas deverão também cair dos 23 milhões de euros para os 20 milhões de euros (-15 %) no período.

Segundo as previsões das agências de meios do grupo Interpublic, irão desaparecer da publicidade em papel 8 milhões de euros, e em sentido contrário, o digital irá subir 20 % para os 122 milhões de euros de publicidade em 2017. Mais suave, mas igualmente positivo, será o desempenho da TV por assinatura, com um incremento de 8% para os 56 milhões de euros. A TV em sinal aberto deverá subir 3% para os 225 milhões de euros. A rádio deverá continuar positiva (+3 %) passando a captar 37 milhões de euros. O *out of home* valerá, em 2017, 63 milhões de euros (+2 % face a 2016).

Em termos mundiais, para 2017, a Magna Global antecipa uma desaceleração do investimento publicitário face a 2016, dada a ausência de eventos com dimensão semelhante e comparável. Deste modo, o crescimento não deverá ir além dos 3,6%, com o digital a destacar-se em termos de contributo. Estados Unidos da América, China, Austrália e Reino Unido deverão ser os principais mercados responsáveis pelo crescimento global.

Quanto ao digital, o mesmo estudo indica que deverá ser a plataforma número um a nível de investimento publicitário até 2021. Para já, os dados revelam que, na Europa Ocidental, o digital representou 110% do crescimento líquido do mercado, o que significa que, de acordo com a Magna Global, todas as outras plataformas sofreram quedas. Google e Facebook foram os protagonistas neste campo, controlando mais de metade do investimento total em publicidade digital em 2016. Em 2015, ficaram-se pelos 44%.

Por outro lado, mesmo as empresas de STVS não estão protegidas da ameaça digital dos operadores *over-the-top* (OTT) como a Netflix, Hulu ou a Amazon (AWS) e os Estados Unidos da América são um exemplo desta realidade.

O canal ESPN, um gigante da TV desportiva, parte da Disney, tem vindo a perder subscritores, que já diminuíram 12 milhões de um pico de 100 milhões em 2011, resultado dos pacotes mais



baratos e aparentemente também atrativos dos concorrentes digitais. Mesmo nos lares ainda ligados à ESPN, ou a outros canais de STVS, de acordo com a Nielsen, os assinantes vêm menos horas de programação, uma realidade menos evidente nas transmissões de eventos desportivos em tempo real mas mais notória em programas de notícias ou entretenimento.

Este enquadramento sugere que a ESPN possa ter pago demasiado caro por alguns direitos de transmissão de eventos desportivos. Muitos argumentam que os eventos desportivos são ainda o tipo de programação que atrai mais audiências, tanto que as empresas tecnológicas com serviços OTT também começam a pagar por este tipo de conteúdos. A Amazon pagou recentemente 50 milhões de dólares pelos direitos de transmissão da NFL no seu serviço Prime Video.

Uma coisa é certa; a concorrência entre OTT e empresas de transmissão de televisão tenderá a aumentar, especialmente em casos em que o preço de subscrição é um fator diferenciador. Uma solução pode ser os distribuidores de televisão lançarem ou melhorarem ofertas digitais competitivas, ou integrarem as ofertas OTT nos seus próprios pacotes.

Para as empresas de publicações periódicas e jornalísticas os desafios são semelhantes. Por um lado, e como referido na análise anteriormente feita, o investimento publicitário está a deslocar-se para o meio digital, e por outro lado, o consumo de *media* também. Assim, temos o exemplo do alemão Axel Springer, dono de jornais como o Bild e do Die Welt, que expandiu o seu negócio para o digital, não só no segmento jornalístico mas também para outros segmentos de negócio fora do setor de *media*, como sites de comparação de preços, e hoje, o negócio digital já representa mais de 72% dos seus resultados operacionais.

Há uns anos atrás, o empresário vendeu títulos como o Hamburger Abendblatt e o Berliner Morgenpost, por mais de 1,2 mil milhões de dólares e comprou mais de 15 empresas digitais nos últimos 10 anos. Para além de negócios fora do setor de *media*, atualmente é o dono do Business Insider e do eMarketer, um publisher de dados de mercado digital. No ano passado aliou-se à Samsung para criar a Upday, um serviço de notícias móvel que combina algoritmos com editores humanos para fornecer notícias personalizadas aos utilizadores.

Neste enquadramento, e não obstante os casos de sucesso que possam existir, a remuneração da produção de conteúdos tende a diminuir, face ao aumento da oferta legal mas também estimulada por fenómenos de distribuição de conteúdos por parte de plataformas tecnológicas existentes, cuja legalidade é discutível, à luz da existência de direitos de autor.

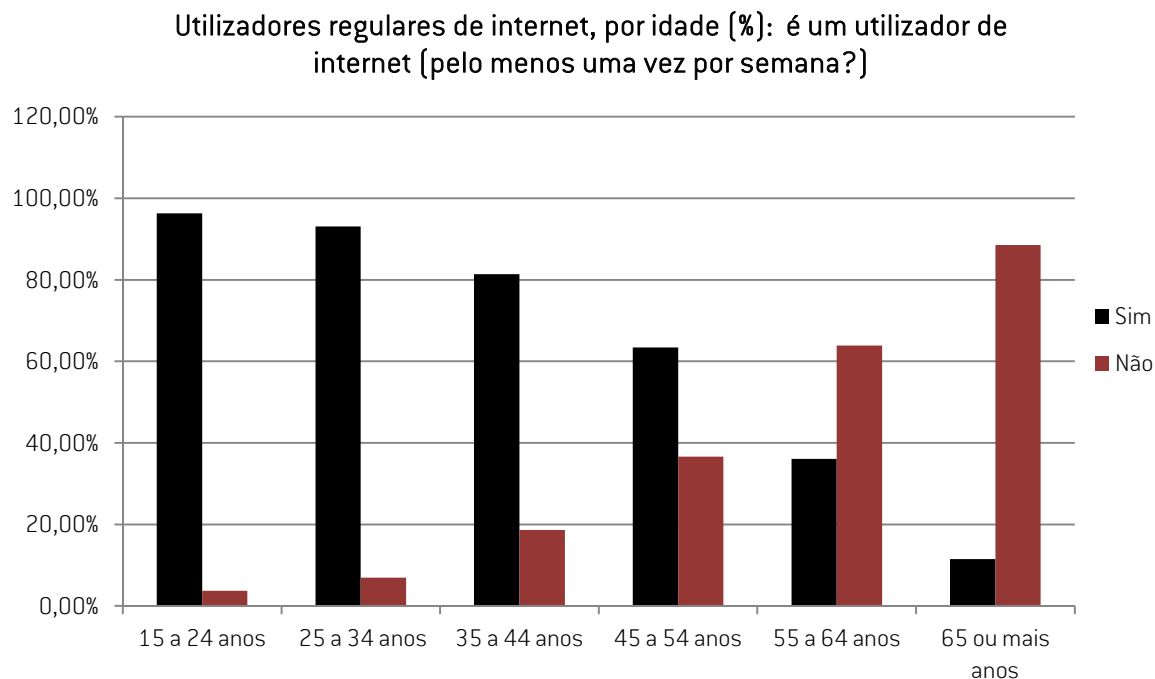
É por demais evidente a distribuição indiscriminada de conteúdos, em várias plataformas, sem que o seu autor seja remunerado. Essa distribuição alimenta o sucesso das plataformas tecnológicas, e atrai para elas mais conteúdos e mais publicidade. Não só os conteúdos são distribuídos gratuita e sucessivamente, sem remunerar o autor, como as plataformas canibalizam o proprietário legítimo dos conteúdos ao atrair receitas de publicidade.

A utilização crescente da internet estimula também a dispersão da publicidade e a redução do seu preço, o que afeta diretamente uma das principais fontes de receita dos órgãos de comunicação social regulados. Esta dispersão reflete, por um lado, a escala da internet e o crescente investimento publicitário nas diversas plataformas disponíveis online e, por outro lado, a cada vez maior discricionariedade do lado do utilizador, na escolha do consumo de conteúdos, que tendencialmente exclui os conteúdos publicitários.

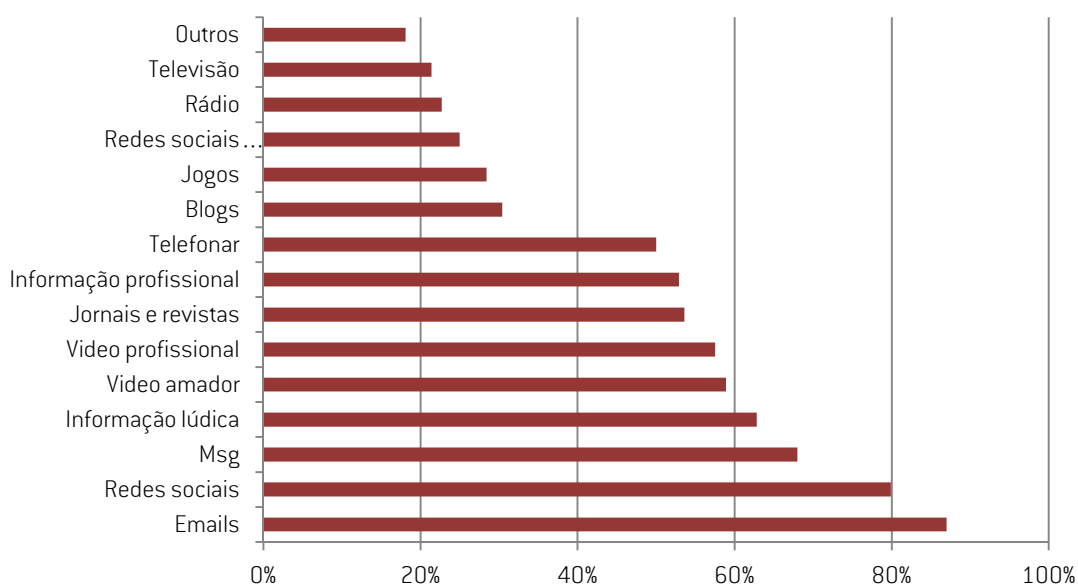
O fenómeno digital também cria espaço para a entrada de novos intervenientes no setor, quer a nível de produção de conteúdos, quer a nível de distribuição, como as ofertas *over-the-top*, que

contribuem para o aumento da concorrência e conseqüentemente afetam tanto a quantidade como o preço de venda das empresas tradicionais.

Fig. 24: Importância da internet, especialmente nos jovens, antecipa as tendências futuras do setor



Atividades realizadas na internet: Para que atividades usa a internet?



Fonte: As Novas Dinâmicas do Consumo Audiovisual em Portugal – ERC 2016.

Por outro lado, o STVS tem uma importância fundamental nas estruturas de receitas das empresas de *media*. Por um lado, o número de subscritores continua a crescer e, a par disso, face à diminuição das receitas de publicidade, as subscrições podem ser fontes de proveitos alternativos.

Apesar das empresas de distribuição de STVS serem apenas quatro, a elevada intensidade capitalística do segmento e a pequena dimensão do mercado português sugerem que os intervenientes possam estar a operar em situação bastante concorrencial. Os dados de quotas de mercado anteriormente referidos e calculados pela Anacom reforçam esta ideia, em que se observa que os dois maiores operadores têm quotas de mercado semelhantes, e os restantes dois têm um peso no mercado material e também equivalente entre si, estando um deles em trajetória ascendente.

Do lado das empresas fornecedoras de conteúdos, a conhecida guerra das audiências, leva a crer que o seu enquadramento de mercado é similar ao dos distribuidores. Deparam-se ainda com a concorrência de canais sujeitos a enquadramentos regulatórios diferenciados, com estruturas diferenciadas, e que são transmitidos pelas mesmas empresas de distribuição.

A migração para a internet e ferramentas móveis é progressiva, o que, de alguma forma, cria espaço de adaptação das estruturas empresariais, a nível da composição de receitas e das estruturas de custos.

A análise financeira realizada sugere que apesar da quebra de receitas operacionais ser uma tendência incontornável, não é evidente que a rentabilidade das operações esteja em causa na maioria das empresas. O facto de empresas de menor dimensão, que normalmente oferecem uma gama de produtos menor e por isso se focam em determinados nichos de mercado, serem as que apresentaram maior rentabilidade em 2016 e o facto de pertencerem a segmentos onde o número de intervenientes é bastante elevado, como as rádios e publicações periódicas, sugerem que existe espaço para ofertas diferenciadas.

A identificação e o foco em nichos de mercado com produção e distribuição de conteúdos direcionada, aliada a uma gestão de custos eficiente, poderão ser os caminhos a seguir no futuro por empresas da economia tradicional que pretendem crescer no setor.

Por outro lado, o aprofundamento de parcerias com as plataformas de distribuição tanto STVS como plataformas *online*, poderá ser uma via para aumentar a eficiência, eficácia e consequentemente rentabilidade da distribuição de conteúdos no futuro, e minimizar o efeito negativo da distribuição de conteúdos não autorizada em termos de direitos de autor ou de desigualdade regulamentar.

## **5. Perfil Individual dos Principais Intervenientes do Setor**

A seleção dos principais intervenientes do setor, integrados na presente análise, seguiu a lógica descrita no capítulo 3 - “Análise Económico-Financeira do Setor”. Tal como mencionado anteriormente, é relevante uma análise breve mas individualizada de cada entidade, seguidamente apresentada, por ordem alfabética.

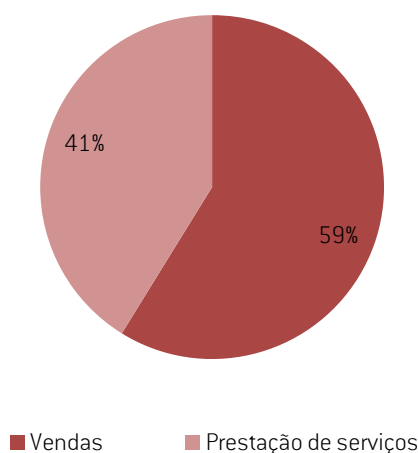
### **Baleskapress Publicações e Marketing Lda**

A Baleskapress Publicações e Marketing Lda (Baleskapress ou empresa), fundada em 2005 tem como atividade a publicidade, impressão e distribuição de revistas, livros ou quaisquer outras obras tipográficas. É proprietária da revista Happy Woman, revista mensal que em 2016 esteve entre as 10 publicações periódicas com maior circulação em Portugal. A Baleskapress é propriedade de Vasco Galvão Teles.

O ano de 2016 foi desafiador para a Baleskapress e as receitas operacionais desceram cerca de 14% para 1.936 mil euros, resultado principalmente da quebra de receitas de prestação de serviços e, em menor grau, da quebra das receitas de vendas de bens e serviços.

Fig. 25: Composição das receitas de exploração em 2016

Composição das Receitas em 2016



Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

Apesar de menores custos com fornecimentos e serviços externos e pessoal, os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) diminuíram 29% para 257 mil euros, em virtude de menores “outros rendimentos”. O resultado líquido atingiu 106 mil euros, menos cerca de 50% que em 2015. Apesar da deterioração operacional, a empresa continuou a apresentar uma posição de caixa confortável, que excedia a sua dívida financeira.

Fig. 26: Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2016	2015	2014
Receitas de exploração	1.936	2.257	2.624
EBITDA	257	362	265
Resultado líquido	106	232	159
Ativo	2.874	2.354	2.332
Passivo	2.078	1.442	1.652
Capital próprio	796	912	680

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

### Cofina SGPS, SA

A Cofina SGPS SA (Grupo Cofina, Cofina ou empresa) alberga toda a atividade do Grupo económico que consolida na área de *media*, essencialmente dedicado à imprensa escrita. Possui 5 jornais, 4 revistas e um canal de televisão por cabo, onde se incluem os títulos Correio da Manhã, Record, Jornal de Negócios e Destak, bem como as revistas Sábado, TV Guia e Flash!. Desde o exercício de 2013, o Grupo Cofina passou a incorporar no seu *portfolio* de atividades o canal televisivo Correio da Manhã TV (CMTV).

Fundada em 1995, tem expandido a atividade quer por via de crescimento orgânico, quer através de aquisições, com o objetivo de marcar presença em todos os segmentos de *media* em Portugal e em mercados naturais.

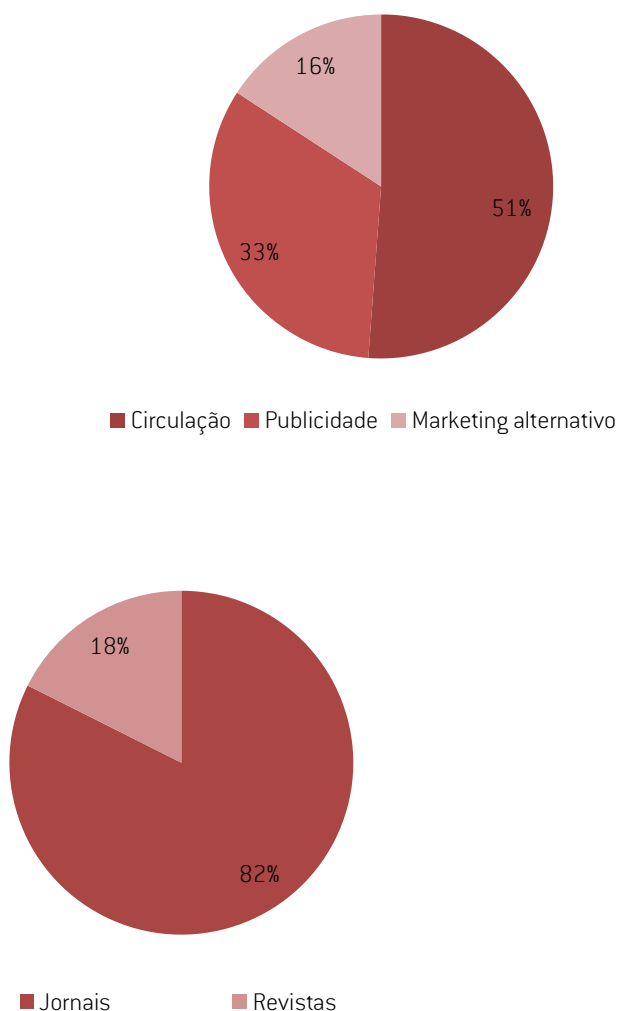
O Grupo Cofina tem desenvolvido a sua atividade essencialmente em Portugal, a par de alguns interesses no Brasil, por via do investimento financeiro efetuado na associada Destak Brasil e na subsidiária Adcom Media. Tem também uma participação na distribuidora VASP.

As ações da Cofina estão cotadas na Euronext Lisboa e é detida por Ana Meneres de Mendonça com 20%, João Borges de Oliveira com 15%, Paulo dos Santos Fernandes com 13,1%, Domingos Vieira de Matos com 12,1%, Pedro Borges de Oliveira com 7,5% e pelas gestoras de ativos do Santander Portugal, GNB e Credit Suisse que detêm participações inferiores a 5%.

O ano de 2016 foi mais um ano desafiador para a Cofina, embora não tanto como 2015. As receitas de exploração apresentaram uma deterioração de cerca de 0,7% face ao ano anterior, resultado tanto de quebras de receitas de circulação de jornais e revistas, como quebras de receitas de publicidade, parcialmente compensadas pelo aumento de 12,8% nas receitas de marketing alternativo, fundamentalmente no segmento de jornais, que inclui a CM TV.

Fig. 27: Composição das receitas de exploração em 2016

### Composição das Receitas em 2016



Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

A ligeira deterioração das receitas associada ao aumento de custos operacionais, explicou a diminuição dos resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e

amortizações (EBITDA), de cerca de 10% para os 13.512 mil euros, com ligeira deterioração da margem respetiva.

O aumento dos prejuízos de participações financeiras em empresas, aliado a um ligeiro aumento dos custos financeiros, foram fatores adicionais que contribuíram para a quebra dos resultados líquidos de cerca de 14% para 4.333 mil euros.

Neste enquadramento, a gestão do fundo de maneiio foi mais desafiadora que em 2015, especialmente no que diz respeito à relação com fornecedores e ao pagamento extraordinário de impostos, que levaram a uma degradação acentuada da capacidade de geração de fluxos de caixa operacionais. Apesar de tudo, estes foram suficientes para cobrir os investimentos em ativos fixos realizados ao longo do ano e diminuir os níveis de endividamento da empresa. Não foram pagos dividendos em relação a este exercício económico.

A Cofina apresentou um perfil financeiro *alavancado* e em ligeira deterioração face a 2015. O rácio dívida líquida / EBITDA, um indicador de capacidade operacional para pagar a dívida, encerrou 2016 em 4,2x. Os fluxos gerados pelas operações cobriram cerca de 12% da dívida total, que por sua vez manteve uma trajetória descendente durante 2016. Tanto o fluxo de caixa operacional como o EBITDA de 2016 não foram suficientes para cobrir a dívida que se vence em 2017, especialmente porque a par da redução de dívida total, em 2016 ocorreu uma diminuição da maturidade da dívida, com aumento da dívida de curto prazo e diminuição da de longo prazo.

No entanto, é de destacar a elevada proporção de endividamento contraída através de instrumentos de mercado, como as obrigações e o papel comercial, e uma menor dependência do setor bancário.

Fig. 28: Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2016	2015	2014
Receitas de exploração	99.926	100.676	106.077
EBITDA	13.512	15.040	16.243
Resultado líquido	4.333	5.061	6.174
Ativo	121.709	129.247	134.506
Passivo	95.708	106.681	114.230
Capital próprio	26.000	22.566	20.277

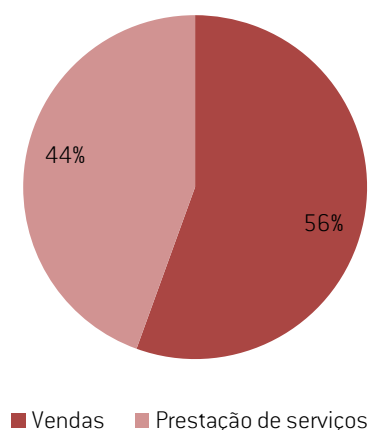
Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

### Editorial Grupo V - Portugal, Lda

A Editorial Grupo V – Portugal Lda (Grupo V ou empresa), edita um conjunto de revistas entre as quais a Carros & Motores, Cães & Cães de Caça, Gadget & PC, entre outras e faz parte da empresa Editorial Grupo V. O Grupo V é um grupo espanhol com mais de quarenta publicações e dois milhões de leitores mensais, líder em revistas especializadas de lazer e tempo livre, como caça, pesca, fotografia, náutica, música, animais de companhia e motores.

O ano de 2016 foi de recuperação face a 2015. Apesar da tendência generalizada de diminuição das vendas de publicações, a prestação de serviços permitiu um crescimento das receitas de cerca de 15% face ao ano transato, para 1.362 milhares de euros.

Fig. 29: Composição das receitas de exploração em 2016



Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

O resultado antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) passou para terreno positivo, tal como o resultado líquido, que se situou em 23 milhares de euros. A empresa não tem dívida financeira.

Fig. 30: Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2016	2015	2014
Receitas de exploração	1.362	1.180	1.449
EBITDA	33	-145	-28
Resultado líquido	23	-155	-33
Ativo	797	709	1.039
Passivo	333	268	443
Capital próprio	464	441	596

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

### Global Family Editions SA

A Global Family Editions SA (Global Family Editions, ou empresa), anteriormente designada por Selecções do Reader's Digest (Portugal) SA (Selecções), tem como atividade principal a edição, confeção, publicação, distribuição e venda de revistas, periódicos, publicações e livros, aparelhos eletrodomésticos e discos, e o exercício de atividades acessórias ou complementares. Apesar de algum grau de diversificação nos produtos comercializados, o *core business* da Global Family Editions é o editorial.

Em 31 de Julho de 2012, a empresa Reader's Digest Association Inc alienou a sua participação de 100% na Global Family Editions à empresa Ediclube – Edição e Promoção do Livro SA (Ediclube), efetuando ao mesmo tempo um contrato de licenciamento da marca Reader's Digest e comercialização de produtos associados, nomeadamente a revista Selecções do Reader's Digest.

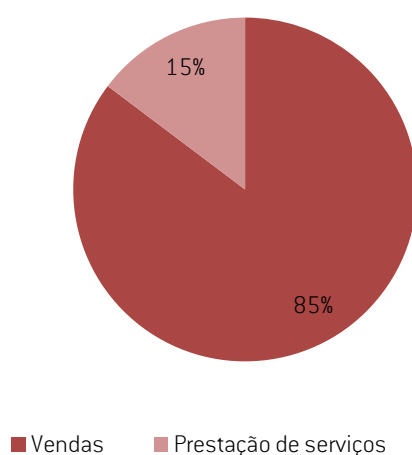
Atualmente, a Global Family Editions inclui-se no Grupo espanhol Gratisfilm, tendo a Ediclube 85,8% de participação na sociedade e a CIL Marketing Direto 14,2%.

O ano de 2016 foi um ano desafiador para a Global Family Editions, mas menos que 2015 e as receitas de exploração deterioraram-se apenas cerca de 7% contra os 17% registados no ano anterior. Menores vendas de produtos não foram compensadas pelo aumento das receitas com prestação de serviços.

No entanto, a diminuição dos custos operacionais permitiu que o resultado antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) continuasse a melhorar, tal como aconteceu em 2015, e atingisse os 182 milhares de euros. Menores depreciações, custos financeiros líquidos e menos impostos também contribuíram para o aumento dos resultados líquidos que atingiram os 177 mil euros.

Fig. 31: Composição das receitas de exploração em 2016

### Composição das Receitas em 2016



Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

A capacidade de geração de fluxos de caixa operacionais piorou substancialmente entre 2015 e 2016, atingindo este indicador, valores negativos, contra a variação positiva do EBITDA, a refletir prazos de pagamento e recebimento menos favoráveis do ponto de vista da empresa. Neste enquadramento, a dívida de curto prazo aumentou face a 2015 e a posição de caixa deteriorou-se.

O nível de endividamento da empresa continuou a ser baixo e a dívida financeira existente no final de 2016, estava totalmente concentrada no curto prazo. Os financiamentos obtidos em 2016, tal como aconteceu em 2015, tinham como único credor o acionista, o que mitiga o risco de refinanciamento da empresa.

Fig. 32: Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2016	2015	2014
Receitas de exploração	3.614	3.880	4.695
EBITDA	182	100	-351
Resultado líquido	177	72	-392
Ativo	2.110	2.490	2.456
Passivo	1.661	2.218	2.256
Capital próprio	449	272	201

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.



### **Global Notícias - Media Group SA**

A Global Notícias - Media Group SA (Global Media Group, grupo ou empresa) é um dos maiores grupos de *media* em Portugal, e tem como principal atividade a gestão de participações financeiras em empresas do setor, marcando presença na imprensa, rádio e impressão e distribuição de publicações.

Na rádio, o grupo conta com a TSF, na imprensa é proprietária de títulos como o Diário de Notícias, o Jornal de Notícias, o desportivo O Jogo e a marca digital de informação económica, Dinheiro Vivo. Regionalmente detém o Açoriano Oriental (o mais antigo jornal de Portugal), o Jornal do Fundão e o Diário de Notícias da Madeira. É proprietária de revistas como a Evasões, a Volta ao Mundo, de venda autónoma, e a Notícias Magazine e a Notícias TV, distribuídas pelos jornais do grupo. No âmbito da fotografia, vídeo e conteúdos multimédia inclui-se a Global Imagens. A Global Media Group tem ainda presença relevante no mundo digital através de sites e aplicações mobile das suas marcas de informação.

Com o intuito de apoiar o negócio das publicações impressas, a Global Media Group detém uma forte presença no setor da impressão através de duas empresas gráficas, a Naveprinter, no Porto e a participada Empresa Gráfica Funchalense, em Lisboa. No setor da distribuição detém duas empresas, a participada VASP, S.A., focada em pontos de venda e a Noticias Direct, Lda., focada no porta-a-porta de jornais e revistas e com licença de operador postal. O Grupo participa ainda na estrutura acionista da Lusa, agência de notícias e nas cooperativas VisaPress e Notícias Portugal.

O capital da Global Media Group distribui-se por António Mosquito (27,5%), Joaquim Oliveira (27,5%) e Luís Montez (15%) e ainda pelo Banco Comercial Português e Novo Banco, ambos com 15%. A imprensa reportou que a KNJ Investments Ltd, uma empresa de investimentos de Macau, adquiriu uma participação de 30% no Grupo, embora formalmente a aquisição não tenha sido comunicada à ERC no âmbito das obrigações de reporte ao abrigo da Lei n.º 78/2015, de 29 de Julho, que regula a promoção da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social.

À data de fecho do presente relatório a Global Media Group não disponibilizou informação financeira à ERC relativa ao ano de 2016.

**Fig. 33: Sumário de indicadores financeiros**

Milhares de euros	2016	2015	2014
Receitas de exploração		1.323	955
EBITDA		-165	4
Resultado líquido		-3.202	-13.431
Ativo	67.493		73.600
Passivo	45.148		48.054
Capital próprio	22.345		25.547

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

### **Goody - Consultoria SA**

A Goody – Consultoria SA (Goody ou empresa), com mais de dez anos de história, é uma das maiores editoras especializadas em Portugal e edita revistas de conceção própria ou localiza publicações das mais conceituadas editoras mundiais para distribuir.

Atualmente, com mais de 60 colaboradores, entre jornalistas, especialistas de multimédia, comerciais e vários serviços de suporte, os conteúdos produzidos pela Goody são lidos por mais de meio milhão de pessoas todos os meses.

A Goody possui revistas como Top Gear, A Nossa Gravidez, O Nosso Bêbé, Pulseiras de Elásticos, Simpson Comics, CN Cartoon Networks, Fotoshop, Corrida, Surf, entre outras, e também desenvolve publicações customizadas para clientes.

À data de fecho do presente relatório, a Goody não disponibilizou à ERC a informação financeira solicitada para efeitos de elaboração do estudo.

### **Impresa – SGPS SA**

A Impresa SGPS SA (Grupo Impresa, Grupo, Impresa ou empresa) alberga toda a atividade de *media* do grupo e está dividida em duas áreas de negócio – SIC e Impresa Publishing - com interesses que abrangem uma estação de televisão, 7 canais temáticos, o jornal Expresso, um extenso portfólio de revistas, várias propriedades na internet e aplicações, uma empresa de novas tecnologias, mantendo ainda, interesses na distribuição de publicações (Vasp).

Tudo começou em 1973, quando Francisco Pinto Balsemão criou a Sojornal/Expresso, acreditando que, apesar da censura, era possível fazer um semanário de qualidade. O jornal Expresso tornou-se numa das referências da sociedade portuguesa, dando início à criação do Grupo Impresa.

Em 1975, foi fundada a VASP para distribuir o Expresso, sendo parte do seu capital social adquirido pela Sojornal em 1981. A Controljornal foi constituída em Abril de 1988, para ser a empresa Holding de todo o Grupo. Em 1989, foi constituída uma ‘joint-venture’, com o grupo brasileiro Abril, dando origem ao nascimento da primeira revista de negócios em Portugal, a Exame, e marcando a entrada do Grupo na área de revistas.

Em Março de 1991, o capital da Controljornal foi aberto a investidores externos, e foi criada uma holding - a Impresa– que concorreu à atribuição dos primeiros canais de televisão privados em Portugal, tornando-se num dos acionistas fundadores da SIC – Sociedade Independente de Comunicação SA.

Em Outubro de 1992, a SIC iniciou as suas emissões, sendo o primeiro canal de televisão privado a estabelecer-se em Portugal. Na segunda metade de 1999, a Impresa passou a deter o controlo de 51% do capital da SIC e 37,3% do interesse económico, abrindo o capital a novos investidores.

No início de Abril de 2000, a Impresa aumentou o seu interesse económico na SIC para os 51% e em Junho de 2000, foi admitida à cotação na Bolsa de Valores de Lisboa - atual Euronext Lisboa.

Em 2001, iniciou-se um novo ciclo de expansão da SIC, desenvolvendo novas áreas de atividade, o que permitiu que, para além de canal principal, passasse a incluir vários canais temáticos – destacando-se a SIC Notícias, SIC Radical, SIC Mulher, SIC K e a SIC Caras, e um canal internacional, SIC Internacional, a par de interesses nas áreas de multimédia, merchandising e serviços técnicos (GMTS).

Em 2003, a área de revistas transformou-se na Edimpresa, com a Impresa a deter 50% do seu capital em conjunto com os suíços da Edipress. Em meados de 2008, a Impresa adquiriu a totalidade do capital da Edimpresa. De seguida, procedeu-se à fusão das atividades de revistas e jornais, debaixo da sub-holding Impresa Publishing, tornando-se assim, na maior editora de publicações portuguesa a partir do final de 2008, com um portfólio de cerca de 30 publicações, onde se incluem o Expresso, Visão, Caras, Activa, Exame, entre outras.

No final de 2005, a Impresa adquiriu a posição minoritária da SIC, elevando a sua participação para 100% do capital. No início de 2009, a SIC assegurou a totalidade do capital da empresa que detinha o canal SIC Notícias. No primeiro trimestre de 2007 criou uma nova área de negócios, denominada Impresa Digital, onde concentrou um portfólio de participações em várias empresas, com atividades na internet e novas tecnologias.

No final de 2008, a crise económica obrigou o Grupo Impresa a reformular a sua estratégia, concentrando-se apenas, nas atividades principais, reduzindo o portfólio de publicações e empresas.

Em 2010, a SIC apostou na produção de novelas portuguesas em parceria com a SP Televisão e a TV Globo. A primeira novela, “Laços de Sangue”, foi homenageada com um Emmy, na categoria de novelas, proporcionando, nos anos seguintes, a abertura dos mercados internacionais das produções de novelas.

Em 2011, no âmbito de uma reestruturação do Grupo, a área digital ficou reduzida à InfoPortugal – Desenvolvimento e Produção de Conteúdos Georreferenciados, à Olhares, que detém o maior portal de fotografia de língua portuguesa e à DGSM. Posteriormente, em 2012, em troca de uma participação de 15,06%, a DGSM foi vendida à Nonius Software, que se dedica ao fornecimento de HSIA e serviços de hospitalidade para indústria hoteleira.

Em 2014, no âmbito da sua expansão digital, o Expresso lançou o Expresso Diário, um jornal diário só disponível *online*, para assinantes e compradores da versão em papel. No final de 2014, a SIC lançou o seu primeiro canal especificamente dedicado aos mercados africanos de língua portuguesa, em exclusividade para a plataforma DSTV.

Em 2015, a SIC estava presente em 14 países, através de 53 operadores com 7 canais, abrangendo mais de 6 milhões de espetadores.

O arranque de 2016 foi marcado pela nova organização do Grupo Impresa, liderado pelo CEO Francisco Pedro Pinto Balsemão, ficando melhor preparado, para enfrentar os desafios impostos ao setor dos *media*. As telenovelas da SIC ‘Coração D’Ouro’ e ‘Mar Salgado’ conquistaram as medalhas de Ouro e Bronze, respetivamente, na categoria Telenovela, na gala de prémios do ‘New York Festival’s World’s Best TV & Films, que decorreu em Las Vegas. Foi a primeira vez que telenovelas produzidas em Portugal foram finalistas neste Festival, que conta com produções de cerca de 50 países.

A Impresa criou uma nova plataforma on-line que agrega todas as ofertas criativas do grupo e a SIC tornou-se a primeira televisão nacional a disponibilizar o canal generalista e todos os seus canais temáticos em Alta Definição.

Atualmente, o Grupo Impresa tem as suas ações admitidas à cotação na Euronext Lisboa, sendo maioritariamente detido por Francisco Pinto Balsemão, com uma participação de cerca de 52%, a gestora de ativos Invesco com 7%, a sociedade Madre, controlada por António Silva Parente, com cerca de 5% e a FIL, o Banco BPI, o Santander Asset Management, a Jefferies International, a Henderson Global Investors e a NewsHold que também detêm participações todas elas inferiores a 5%.

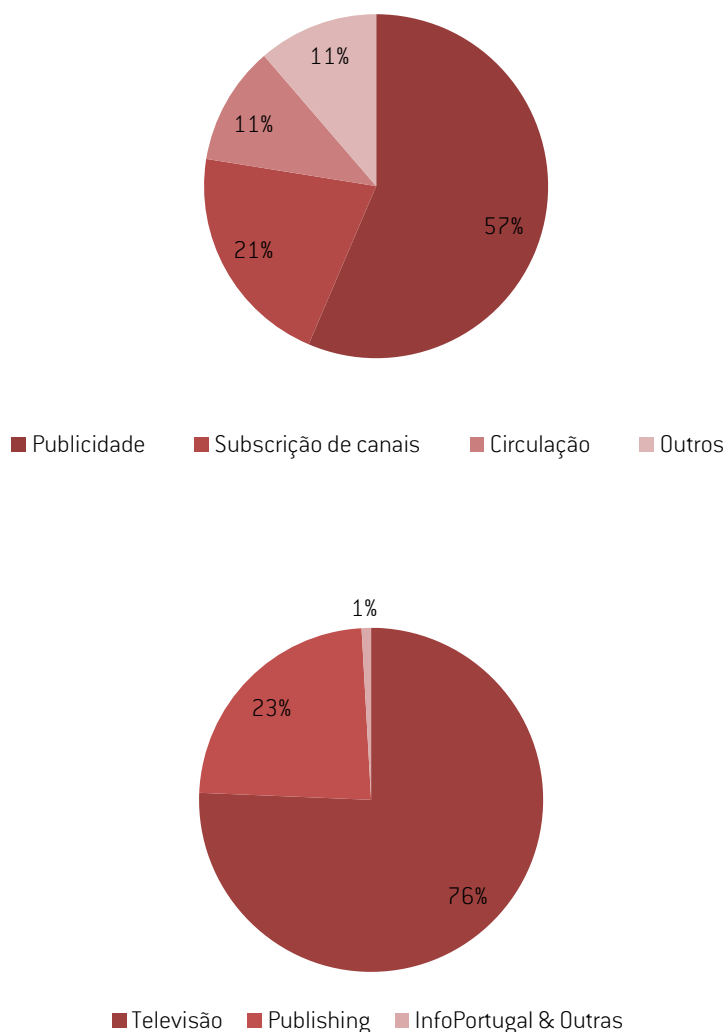
O ano de 2016 foi mais um ano desafiador para o Grupo Impresa. As receitas de exploração caíram mais de 10%, resultado da deterioração registada em todos os segmentos de negócio exceto nas receitas de publicidade na televisão, onde o crescimento foi inferior a 1%. Em geral, as receitas de publicidade estiveram em deterioração tal como as receitas de subscrição de canais, a circulação e a publicidade na imprensa.

As receitas de exploração do Grupo Impresa em 2016 (Fig. 15) dependiam em mais de 50% de receitas de publicidade. Por sua vez, o segmento de televisão, que representou 76% das receitas de exploração do Grupo, mantinha uma dependência de receitas de publicidade superior a 50%. As receitas de publicidade no segmento de televisão apresentaram crescimento bastante ligeiro, tendo sido o segmento de publicações o grande penalizado.

As receitas de todos os segmentos na área do Publishing em que o Grupo Impresa se encontra presente desceram, com as maiores quedas a registarem-se nas publicações das áreas de sociedade, feminina e de televisão. Em 2016, o Grupo Impresa manteve a aposta no crescimento das assinaturas, em papel e digital, o que se refletiu numa subida de 13,5% das receitas da rúbrica, tendo sido ultrapassada a marca dos 5 milhões de euros. As receitas digitais cresceram 22,7%, alcançando pela primeira vez o valor de 1 milhão de euros e representando 5,4% do total das receitas de circulação em 2016. As receitas digitais de publicidade e circulação subiram 16,4%, contrariando a queda geral no Publishing, representado 9,6% do volume total desta área de negócios.

**Fig. 34: Composição das receitas de exploração em 2016**

**Composição das Receitas em 2016**



Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

Apesar da estrutura de custos operacionais do Grupo se ter tornado mais leve, tal não foi suficiente para compensar a quebra das receitas, causando uma descida dos resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) superior a 30% acompanhada, naturalmente, da respetiva degradação da margem.

A redução dos custos financeiros prosseguiu durante o ano de 2016, resultado de uma redução do custo do endividamento e do reconhecimento de menores perdas cambiais, mas ainda assim, o resultado líquido em 2016, diminuiu cerca de 32% face a 2015, atingindo 2.760 mil euros.

A capacidade de geração de *cash flow* operacional foi fortemente afetada e apesar de ter sido suficiente para cobrir os investimentos em ativos fixos realizados em 2016, não foi suficiente para cobrir os juros da dívida, o que originou um aumento do endividamento total. Os fluxos de caixa operacionais apenas cobriram 3% do endividamento financeiro total, valor que desce para 1,2% após realização de investimentos em ativos fixos. Tanto os fluxos de caixa operacionais como o EBITDA de 2016 não perfizeram montante suficiente para cobrir a dívida que se vence em 2017. Por outro lado, a dívida de curto prazo sofreu um aumento significativo em 2016, o que coloca questões quanto ao seu refinanciamento futuro e pode ser, em parte, uma explicação para a diminuição dos custos financeiros.

Assim, o Grupo Impresa apresentou, no final de 2016, um *stock* acumulado de dívida de dimensão relevante, que apesar da diminuição registada face a 2015, permaneceu elevado em relação à capacidade de geração de *cash*. A dívida líquida excedeu o EBITDA em 11,8x, acima das 7,7x registadas em 2015.

Em 2016, o Grupo Impresa não cumpriu os limites impostos em alguns contratos de financiamento para determinados rácios financeiros, como por exemplo o de dívida líquida/EBITDA ou autonomia financeira. Este incumprimento poderia ter despoletado a obrigação de reembolso antecipado dos respetivos montantes aos credores, não tivesse sido o Grupo dispensado do seu cumprimento, por parte dos intermediários financeiros.

Neste enquadramento, o Grupo Impresa, cujas ações se encontram cotadas na Euronext Lisboa, não distribuiu dividendos relativos ao ano de 2016.

**Fig. 35: Sumário de indicadores financeiros**

Milhares de euros	2016	2015	2014
Receitas de exploração	205.997	230.922	237.780
EBITDA	15.526	22.545	31.944
Resultado líquido	2.760	4.028	11.006
Ativo	413.984	403.474	407.080
Passivo	269.742	261.701	269.484
Capital próprio	144.242	141.773	137.596

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

### Jacques Rodrigues

De acordo com os registos da ERC, Jacques Rodrigues é proprietário de revistas como a Maria, a TV 7 dias, a Nova Gente, a Ana e a Vip, todas elas com tiragem média, em 2016, superior a 15 mil exemplares e, no caso das duas primeiras publicações referidas, superior a 100 mil exemplares.

No entanto, Jacques Rodrigues, à semelhança de 2015, em email dirigido à ERC, esclareceu que não dispõe de contabilidade organizada.

Quando se observa o site de internet da empresa Impala, constata-se que esta atua em diversas áreas de negócio, com particular relevo do sector editorial, através da publicação de revistas em Portugal, onde se incluem a TV 7 Dias, a Nova Gente, a Maria, a Ana, a VIP, a Segredos de Cozinha e a Mulher Moderna na Cozinha.

A empresa Impala-Serviços Editoriais SA, presente em Portugal desde o início dos anos 70, esteve em Processo Especial de Revitalização (CIRe) desde 2014, cujo anúncio de sentença foi divulgado em 17 de junho de 2016.

O Grupo Impala, para além das revistas e sites de internet relacionados que edita, promove também a publicação de livros, gere subscrições e está presente em outros setores, para além da comunicação social, como a gestão Hoteleira (Ondamar Hotel), o desenvolvimento de projetos de arquitetura, engenharia e construção de imóveis, através da empresa Actitur.

Na área das publicações, o grupo Impala está presente internacionalmente em Espanha, Reino Unido e Brasil.

O Grupo Impala disponibilizou à ERC as contas da Worldimpala.net Lda. No site [www.Impala.pt](http://www.Impala.pt), na ficha técnica da Impala News Portal de Notícias, a Worldimpala.net Lda aparece identificada como proprietária. Esta empresa, estabelecida em 2014, desenvolve projetos tecnológicos associados ao sector editorial.

À data de fecho do presente relatório a Worldimpala.net não disponibilizou informação financeira à ERC relativa ao ano de 2016.

**Fig. 36: Sumário de indicadores financeiros**

Milhares de euros	2016	2015	2014
Receitas de exploração		153	55
EBITDA		9	1
Resultado líquido		6	0
Ativo		65	66
Passivo		48	56
Capital próprio		16	10

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

### Light House Editora Lda

A Light House Editora Lda (Light House ou empresa) iniciou a sua atividade em Abril de 2015 e é a empresa que edita a G.Q. em Portugal. Criada de raiz para trazer a revista norte-americana de novo para o país, é propriedade da também americana Advance Magazine Publishers.

Para além da G.Q, a Light House edita revistas e livros em papel e online, organiza eventos, consultoria editorial, comunicação, produção e gestão de sites de *lifestyle* e divulgação cultural.

A Advance Magazine Publishers Inc, que opera sob a marca Condé Nast, é uma empresa editorial integrada, proprietária de um conjunto de revistas internacionais como a Vogue, GQ, e a Vanity Fair. A empresa também é proprietária das empresas Golf Digest que publicam revistas da especialidade.

Em Portugal, a Light House Editora é detida por José Santana, Branislav Simoncik, Jan Kralicek e Sofia Pereira, em partes iguais.

Apenas se encontram disponíveis as informações financeiras relativas à Light House Editora, Lda, que mostram que 2016 foi um ano bastante positivo, com as vendas a mais que duplicarem face ao ano anterior e os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) a atingirem terreno positivo, nos 20 milhares de euros, apesar do agravamento da estrutura de custos operacionais. O resultado líquido também atingiu valores positivos de 7 milhares de euros. Estando em fase inicial de atividade, a empresa aumentou substancialmente o endividamento colocando o rácio dívida líquida / EBITDA acima das 5x.

**Fig. 37: Sumário de indicadores financeiros**

Milhares de euros	2016	2015	2014
Receitas de exploração	770	280	0
EBITDA	20	-10	0
Resultado líquido	7	-20	0
Ativo	311	167	0
Passivo	224	87	0
Capital próprio	87	80	0

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

### **Lusa - Agência de Notícias de Portugal, SA**

A Lusa – Agência de Notícias de Portugal SA (Lusa ou empresa) é a única agência de notícias portuguesa de âmbito nacional, e tem como objetivo a recolha e tratamento de material noticioso ou de interesse informativo, a produção e distribuição de notícias a um alargado leque de utentes (*media* nacionais e internacionais, empresas e instituições diversas de carácter público e privado) e a prestação ao Estado português de um serviço de interesse público relativo à informação dos cidadãos.

A Lusa tem redação central em Lisboa, um escritório no Porto, jornalistas residentes na grande maioria das capitais de distrito, delegações no estrangeiro, desde a Europa como, por exemplo, Bruxelas e Madrid, os PALOPs, nas capitais de Cabo Verde, Guiné, Angola e Moçambique, e na Ásia, com uma sucursal em Macau e uma delegação em Timor Leste. Conta também como uma rede de correspondentes, quer a nível nacional, que asseguram a cobertura da totalidade do território, quer internacional, cobrindo 30 países em todo o mundo.

A Agência Lusa de Informação foi constituída em cooperativa por escritura de 12 de Dezembro de 1986, publicada na III Série do Diário da República em fevereiro de 1987. Iniciou a sua atividade em janeiro de 1987 e, na sequência do seu processo de formação, as agências ANOP e NP cessaram a difusão do serviço noticioso. Em julho de 1997, a Lusa foi constituída sob forma de sociedade anónima, com a designação de Lusa – Agência de Notícias de Portugal, SA.

É detida a 50,14% pelo Estado Português, a Global Media Group tem 23,36%, a Impresa 22,35%, a NP Notícias de Portugal detém 2,72%, o Público – Comunicação Social 1,38%, a RTP 0,03%, e o Primeiro de Janeiro e a Empresa do Diário do Minho detém 0,01% cada.

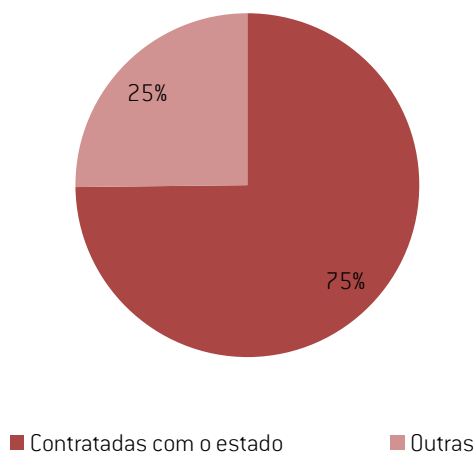
Resultado das reservas colocadas pelos auditores às contas de 2015, em 2016 foram realizados ajustamentos à rubrica de resultados transitados e constituídas provisões para fazer face a responsabilidades futuras com colaboradores em situação de pré-reforma. Neste enquadramento, a análise à situação económico-financeira da Lusa que se segue, toma por base valores de 2015 reexpressos de acordo com os ajustamentos previstos no normativo contabilístico em vigor.

Em 2016, a Lusa recebeu um aumento de 20% da indemnização compensatória, atribuída pelo Estado português, cujo montante total atingiu 11.456 milhares de euros, por forma a melhorar os níveis de prestação de serviço público noticioso, o que tornou o desempenho da agência bastante positivo, em termos financeiros.

As receitas de exploração cresceram 3,2% face ao ano de 2015, facto totalmente explicado pelo aumento da indemnização compensatória por parte do Estado, que mais que compensou a quebra da geração própria de receitas. A geração de conteúdos mais que excedeu os limites impostos no contrato de prestação de serviço público. Apesar de 2016 ter sido um ano de transição entre contratos de prestação de serviço público, os níveis de serviço foram estabelecidos mediante Declaração de Compromisso, assinada em Dezembro de 2016, para colmatar a inexistência de contrato fechado.

**Fig. 38: Composição das receitas de exploração em 2016**

#### Composição das Receitas em 2016



Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

Neste enquadramento, e apesar de um ligeiro aumento na estrutura de custos, nomeadamente com pessoal, a diminuição de imparidades com dívidas e incobráveis, a reversão de provisões de pré reforma e processos judiciais em curso relativos a IVA, entre outros custos diversos, a par do aumento da indemnização compensatória já referida, explicaram o crescimento dos resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) de cerca de 74% para 2.626 mil euros, com melhoria da respetiva margem. Menores custos financeiros e impostos também contribuíram para que a Lusa registasse um lucro líquido de 2.135 mil euros em 2016.

A capacidade de geração de fluxos de caixa inerente à atividade operacional melhorou face a 2015 e, de forma semelhante ao EBITDA, situou-se em patamares superiores ao montante de



dívida que se vence em 2017. O endividamento da empresa era baixo, e continuou em trajetória descendente.

**Fig. 39: Sumário de indicadores financeiros**

Milhares de euros	2016	2015 reexp.	2015	2014
Receitas de exploração	15.314	14.832	14.832	14.594
EBITDA	2.626	1.507	495	357
Resultado líquido	2.135	1.006	-7	-802
Ativo	11.872	11.788	11.361	12.350
Passivo	9.302	11.353	8.344	9.445
Capital próprio	2.570	435	3.017	2.905

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

### **Luxuspress Publicações Unipessoal Lda**

A Luxuspress – Publicações Unipessoal Lda (Luxuspress ou empresa) é responsável pela edição de publicações da Revista Across - Luxury Travel & Safari. Encontra-se presente na plataforma digital através de sites e *social media marketing*, bem como de outras operações relacionadas com a venda de produtos e serviços.

A Luxuspress também elabora estudos e projetos na área da comunicação social, ilustração, informação, fotografia, relações públicas, publicidade, publicações, edições literárias, revistas, turismo e aviação, e ainda outros complementarmente relacionados com o objeto social, em Portugal ou no estrangeiro. Está habilitada a fazer tradução e interpretação de obras estrangeiras e outras atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares.

Sendo uma empresa de pequena dimensão, a informação financeira a que tivemos acesso é diminuta e mostra que a atividade da Luxuspress é muito volátil. As receitas em 2016 tiveram uma quebra abrupta dos 78 mil euros em 2015, para os 8 mil euros atuais, causando um prejuízo líquido de 9 mil euros.

**Fig. 40: Sumário de indicadores financeiros**

Milhares de euros	2016	2015	2014
Receitas de exploração	8	78	55
EBITDA	-9	22	-53
Resultado líquido	-9	21	-53
Ativo	42	33	63
Passivo	496	406	457
Capital próprio	-454	-373	-394

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

### **Masemba Lda**

A Masemba Lda (Masemba ou empresa), está presente no mercado português desde junho de 2013 e tem um portfólio de títulos nas áreas de sociedade, feminina e *lifestyle*. Iniciou a sua atividade em 2006, como agência de comunicação dedicada a projetos de *branding* e, nos últimos anos, tem vindo a expandir-se para a área da produção de conteúdos audiovisuais. Dedicar-se à edição, impressão e comercialização de todo o tipo de publicações, bem como à organização de eventos e outras atividades acessórias.

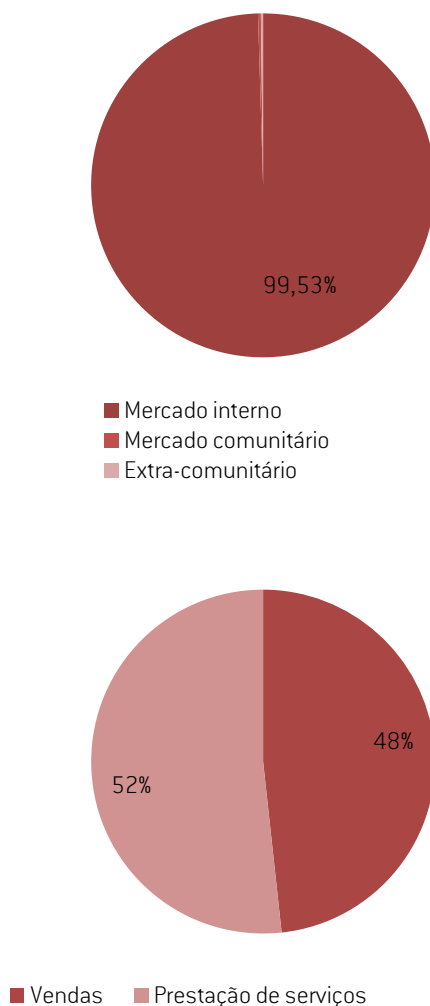
A Masemba trabalha títulos portugueses e internacionais como as revistas Lux, Lux África, Lux Woman, Revista de Vinhos, Divo, Vaqueiro, Saberes&Sabores, Apetece, Gourmet Magazine, entre outras, assumindo o desafio de os promover em Portugal, em Angola e no mundo. Tem vindo também a apostar fortemente no reforço da presença online, nas redes sociais e assinaturas digitais de todos os seus títulos.

Empresa de direito português, resulta da parceria da Semba Comunicação com o grupo português Até ao Fim do Mundo. Atualmente é controlada pelo fundo de capital de risco Erigo VII (51%), mantendo como acionistas a Até ao Fim do Mundo (25%), a Semba Comunicação (1%), e as pessoas individuais Tito Mendonça (16%) e Sérgio Neto (7%).

A ERIGO é uma Sociedade de Capital de Risco registada na CMVM, que pretende alavancar a presença tanto em Angola como na Europa, atraindo investidores privados e institucionais que procurem oportunidades de investimento no mercado internacional.

**Fig. 41: Composição das receitas de exploração em 2015**

### Composição das Receitas em 2015



Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

À data de fecho do presente relatório, a Masemba não disponibilizou informação financeira à ERC relativa ao ano de 2016.

**Fig. 42: Sumário de indicadores financeiros**

<b>Milhares de euros</b>	<b>2016</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>
Receitas de exploração		9.402	8.544
EBITDA		-996	-53
Resultado líquido		-1.061	-284
Ativo		6.002	5.870
Passivo		6.970	5.766
Capital próprio		-968	103

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

### **Media Capital, SGPS, SA**

O Grupo Media Capital, SGPS, SA (Media Capital, Grupo Media Capital, Grupo ou empresa) desenvolve as atividades de difusão e produção de programas televisivos e outras atividades de *media*, realização, produção e difusão de programas radiofónicos, produção e exploração de atividades cinematográficas e videográficas, no mercado português, espanhol e latino-americano.

A TVI – Televisão Independente, S.A. (TVI), no âmbito da licença de exploração da atividade de televisão, difunde programas televisivos através da emissão de um canal generalista e, através de contratos de distribuição celebrados com operadores, emite o referido canal generalista, o TVI 24, o TVI Ficção, o TVI Internacional e até 30 de novembro de 2015, o canal de entretenimento por cabo, +TVI. Iniciou ainda a emissão de dois canais temáticos, o TVI Reality e o TVI África em exclusivo para os respetivos operadores.

A MCP – Media Capital Produções, S.A. (MCP) é a empresa do Grupo Media Capital que desenvolve o negócio de produção audiovisual assegurado pela PLURAL Entertainment Portugal, S.A. (PLURAL) no mercado português, cuja atividade é a criação, produção, realização e exploração de conteúdos televisivos, bem como o apoio à produção de conteúdos e eventos.

Adicionalmente, a MCP detém a PLURAL Entertainment España, S.A. (PLURAL España), que opera no mercado espanhol e latino-americano. A atividade desta área de negócio é a produção, serviços de apoio à produção, realização e exploração de conteúdos televisivos, obras cinematográficas e audiovisuais, bem como outros serviços relacionados.

A MCR II – Media Capital Rádios, S.A. (MCR II) é a empresa do Grupo que desenvolve a atividade radiofónica. As suas participadas detêm os alvarás para o exercício da radiodifusão sonora e difundem, em Portugal, a Rádio Comercial, a Cidade e a M80, entre outras.

A Media Capital Digital, S.A. (Digital) é a empresa que desenvolve o negócio de internet, através do portal [www.iol.pt](http://www.iol.pt), que apresenta uma rede de conteúdos próprios, um diretório de classificados e publicidade *online*.

A MCME – Media Capital Música e Entretenimento, S.A. (MCME) é a empresa que desenvolve o negócio de música, tendo as suas participadas a atividade de produção de fonogramas, produção audiovisual e multimédia, compra e venda de discos e equiparados, produção de eventos e agenciamento de artistas.

A CLMC – Multimédia, Unipessoal, Lda. [“CLMC”] explora a atividade de aquisição e distribuição de direitos cinematográficos, essencialmente, em meios como cinema e televisão.

Grupo Media Capital foi criado em 1992 com a sua atividade assente maioritariamente na área de imprensa, iniciada em 1989, com o jornal “O Independente”.

Em 1997, o Grupo Media Capital expandiu-se com a aquisição das rádios Comercial e Nostalgia. Entre 1998 e 1999 foi adquirida a quase totalidade do capital da TVI. Entre 1999 e 2003 o Grupo expandiu as suas operações de rádio, entrou no mercado de publicidade *outdoor* e lançou a área de internet, com a criação do portal IOL em 2000.

A entrada do Grupo no capital da Nicolau Breyner Produções (NBP) em 2001, e o seu controlo no ano seguinte, consolidou o negócio de televisão como um todo, através da aposta estratégica na ficção portuguesa como conteúdo televisivo de sucesso da programação da TVI. Em 2003, a Media Capital entrou na área da distribuição cinematográfica, em parceria com a Castello Lopes, e da edição discográfica, com a criação da MC Entertainment e a aquisição da Farol Música. Contudo, a atividade cinematográfica foi descontinuada em 2011.

Em 2004, o Grupo foi admitido à cotação em bolsa e em 2005 o Grupo Prisa tomou uma importante participação na Media Capital, tendo passado a assumir a gestão executiva desde então. Em 2007, e na sequência de duas OPA's, o Grupo Prisa passou a deter a quase totalidade do capital do Grupo.

No ano de 2008, a Media Capital alienou a área de imprensa à Progres (empresa do Grupo Prisa) e, no final do ano, adquiriu a Plural Espanha que, juntamente com a NBP, deu origem à Plural Entertainment, uma das maiores produtoras internacionais em língua portuguesa e espanhola.

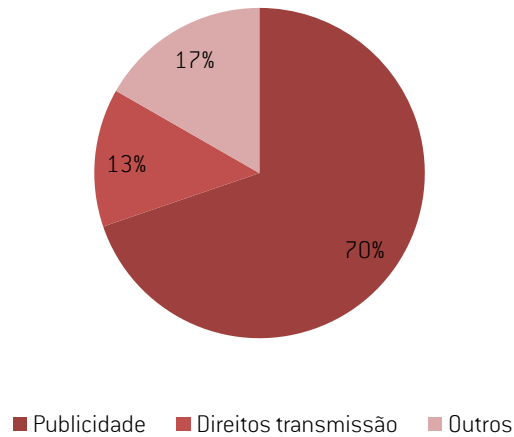
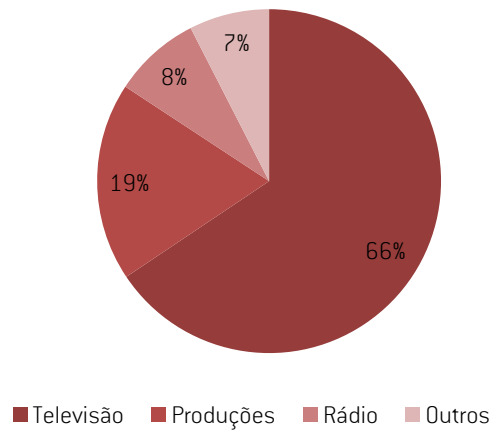
O Grupo Prisa está atualmente presente em 22 países, sendo um dos principais grupos de comunicação, informação, educação e entretenimento em Espanha, Portugal e na América e tem as ações admitidas à cotação na Bolsa de Valores de Madrid.

A Media Capital, cujas ações estão admitidas à cotação na Euronext Lisboa, é detida em 94,7% pela Vertix, do Grupo Prisa, e em 5% pelo NCG Banco (ABANCA). Por sua vez, a Vertix, através do Grupo Prisa, tem como principais acionistas a gestora de activos Amber, representada por Joseph Oughourlian, a empresa Rucandio SA, propriedade da família Polanco, fundadora da Prisa, a Telefónica, o HSBC e o Grupo Herradura Occidente do empresário mexicano Roberto Alcántara Rojas.

O ano de 2016 foi menos desafiador para a Media Capital que 2015, uma vez que as receitas de exploração continuaram em queda mas, a um ritmo menor que no ano anterior, diminuindo apenas 0,2%. Esta performance reflete a recuperação no mercado publicitário tanto na televisão como na rádio e digital, a par do aumento dos proveitos com direitos de transmissão, que globalmente compensaram a quebra de receitas de produção de conteúdos e o efeito de concentração de rádios. Olhando para a divisão entre segmentos de negócio, as receitas de televisão foram as únicas a apresentar crescimento.

**Fig. 43: Composição das receitas de exploração em 2016**

**Composição das Receitas em 2016**



Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

O ligeiro aumento das receitas a par dos esforços de contenção de custos operacionais levaram a um aumento dos resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) de mais de 3%, acompanhado de um aumento da respetiva margem. A redução dos níveis de amortizações e provisões, e menores custos financeiros, explicaram o crescimento de 10% dos resultados líquidos, que atingiram 19.101 mil euros.

Semelhante ao que aconteceu nos anos anteriores, a capacidade de geração operacional de fluxos de caixa manteve a trajetória positiva, consequência de uma melhor gestão do fundo de maneo, especialmente a nível de recebimentos de clientes. Assim, a atividade operacional cobriu largamente os investimentos realizados durante o ano e permitiu um aumento em mais de 50% dos fluxos de caixa após investimentos em capital fixo.

As ações da Media Capital estão admitidas à cotação na Euronext Lisboa e a empresa pagou dividendos correspondentes a cerca de 93% do resultado líquido de 2016.

O nível de endividamento da Media Capital era conservador e adequado à capacidade de geração de fluxos de caixa operacionais. Estes fluxos representaram mais de 36% da dívida total. A dívida

líquida em relação ao EBITDA situou-se nas 2,4x, uma melhoria face aos níveis de 2015. O endividamento total desceu.

As fontes de financiamento apresentaram-se bem diversificadas entre fontes de mercado, como a emissão de obrigações e papel comercial, e empréstimos bancários. Os empréstimos bancários preveem o reembolso antecipado, em caso de quebra de um conjunto de restrições relativas ao controlo acionista e performance operacional e financeira da empresa, que no final de 2016 eram cumpridas. As linhas de crédito e papel comercial disponíveis no final de 2016 encontravam-se utilizadas apenas em 30%. Tanto o fluxo de caixa operacional como o EBITDA de 2016 excederam largamente a dívida que se vence em 2017.

**Fig. 44: Sumário de indicadores financeiros**

Milhares de euros	2016	2015	2014
Receitas de exploração	174.027	174.386	179.773
EBITDA	41.517	40.134	40.912
Resultado líquido	19.101	17.300	16.475
Ativo	315.079	328.001	332.042
Passivo	176.135	191.967	197.154
Capital próprio	138.944	136.034	134.888

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

### **MEO - Serviços de Comunicação e Multimédia SA**

A MEO – Serviços de Comunicação e Multimédia SA (Meo ou empresa), anteriormente denominada de PT Comunicações SA (PT Comunicações) foi constituída em 2000, na sequência do processo de reestruturação do Grupo Portugal Telecom (Grupo PT) e por destaque relativamente à Portugal Telecom SA nas condições definidas por Decreto Lei nº 219/00 de 9 de setembro.

Em 2002, a PT Comunicações celebrou com o Estado português o contrato de Compra e Venda de Rede Básica de Telecomunicações e da Rede de Telex, mediante o qual, o Estado alienou à empresa a propriedade dessas mesmas redes, para explorar as infraestruturas que constituem a rede básica de telecomunicações e de transporte de sinal de difusão, prestar o serviço universal de telecomunicações, o serviço de telex, o serviço comutado de transmissão de dados e o serviço de difusão e de distribuição de telecomunicações de difusão e ainda o serviço telegráfico.

Assim, desde 1995 até Junho de 2014, a PT Comunicações prestou o serviço universal de comunicações eletrónicas, em regime de exclusividade, tendo sido designada administrativamente pelo governo, isto é, escolhida sem recurso a concurso.

Em 2012, e no seguimento de uma consulta pública acerca do assunto, a Autoridade Nacional de Comunicações (Anacom), dividiu o serviço universal em três funções: (i) ligação a uma rede de comunicações pública num local fixo e prestação de um serviço telefónico acessível ao público através daquela ligação – concurso 1, (ii) oferta de postos públicos – concurso 2, e (iii) disponibilização de uma lista telefónica completa e de um serviço completo de informação de listas – concurso 3, e conseqüentemente lançou concursos públicos.

Em 2013 foram conhecidos os resultados do concurso 1, prestação de serviço universal de telefone fixo, prestação essa que foi atribuída à Zon Multimédia e à Optimus Telecomunicações, que se fundiram nesse mesmo ano dando origem à NOS (abaixo descrita).

A partir de 2014, a NOS SGPS substituiu a PT Comunicações na prestação do serviço universal de ligação à rede telefónica fixa e acesso ao serviço fixo de telefone, ficando a PT Comunicações com o direito de receber do Estado português, uma indemnização, em virtude da revogação do contrato que havia atribuído à PT Comunicações esse mesmo direito de exploração. Assim, a PT Comunicações deixou as suas funções tradicionais e históricas de prestação de serviço universal de rede fixa.

A PT Comunicações, tendo incorporado por fusão em dezembro de 2014, a empresa de telefonia móvel TMN – Telecomunicações Móveis Nacionais SA (TMN), assumiu todas as suas operações e alterou a denominação para Meo – Serviços de Comunicações e Multimédia SA.

A Meo detém também o direito de utilização de frequências, de âmbito nacional, para a prestação do serviço de radiodifusão televisiva do serviço de televisão digital terrestre (TDT), destinado à transmissão de programas televisivos de acesso não condicionado, a que está associado o Multiplexer A, contra cumprimento de um conjunto de obrigações. Este direito foi atribuído em 2008, pela Anacom.

A MEO detém 25% do capital da Sport TV, um canal de desporto, em que os restantes acionistas, também com 25% cada, são a NOS, a Olivedesportos e a Vodafone.

Atualmente, a Meo é um operador de telecomunicações integrado e convergente com uma ampla oferta de serviços de telemóvel, TV, internet, telefone fixo, entre outros serviços digitais, dirigido a todos os segmentos de cliente desde os individuais às grandes empresas e Estado.

Em janeiro de 2015, a totalidade do capital da Meo foi adquirida pelo grupo de telecomunicações Altice, uma empresa luxemburguesa que detém, entre outros, o maior operador francês de cabo – Numericable – e um conjunto diversificado de empresas dentro e fora do setor das telecomunicações, em países como Bélgica, Suíça, Luxemburgo e Israel. A Altice é controlada por Patrick Drahi.

A Meo engloba no seu universo corporativo, empresas reguladas pela ERC na qualidade de operador de distribuição de televisão.

Em 2016, as receitas de vendas e prestação de serviços registaram uma quebra de cerca de 2,5%, menor que a quebra registada em 2015. Apesar do crescimento das receitas do segmento de televisão, incluindo ofertas em *bundling*, todos os restantes segmentos registaram uma contração. De qualquer forma, os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) melhoraram de 843.926 mil euros, em 2015, para 940.765 mil euros, em 2016, consequência de uma política mais estrita de contenção de custos operacionais. Menores amortizações e depreciações, entre as quais goodwill, explicaram um resultado operacional de 316.079 milhares de euros em 2016 face a 99.027 milhares de euros em 2015.

Apesar de tudo, os resultados antes de impostos mantiveram-se em terreno negativo, em virtude dos custos financeiros pagos pela dívida, que atingiram 329.872 milhares de euros. Os resultados líquidos cifraram um prejuízo de 13.272 milhares de euros em 2016, contra um prejuízo de 221.384 milhares de euros em 2015.

As atividades operacionais foram suficientes para cobrir os investimentos realizados durante o ano em ativos fixos e ainda libertar 369.609 milhares de euros de fluxos de caixa, de acordo com os cálculos da ERC.

Neste enquadramento, o perfil financeiro da empresa, no final de 2016, era menos alavancado que em 2015, com a dívida líquida a exceder o EBITDA em 5,1x. Este risco é mitigado pelo facto

de os níveis absolutos de endividamento terem diminuído durante o ano e a dívida existente ser, na sua grande maioria, devida ao acionista.

**Fig. 45: Sumário de indicadores financeiros**

Milhares de euros	2016	2015 Rexp	2015	2014
Receitas de exploração	2.228.475	2.285.449	2.285.449	2.416.975
EBITDA	940.765	843.926	873.696	-1.215.493
Resultado líquido	-13.272	-221.384	-212.630	-2.271.394
Ativo	7.334.785	7.947.071	7.947.408	9.709.868
Passivo	7.218.988	7.780.777	7.780.777	9.508.010
Capital próprio	115.797	166.294	166.632	201.857

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

### **Motorpress Ibérica SA / Cruz Quebrada Media Edições e Publicações SA**

A empresa Motorpress Ibérica SA (Motorpress Ibérica ou empresa), é uma sociedade anónima unipessoal cujas principais atividades são a redação, edição, publicação e venda de revistas e catálogos, relacionados maioritariamente com o mundo motorizado. É o editor em Espanha de mais de uma dúzia de publicações semanais e mensais com foco nos seguintes segmentos:

- Automóveis (Autopista, Coche Actual, Automóvil, Autovía, Motor Clásico e Transporte Mundial);
- Motas (Motociclismo, La Moto, Moto Verde e Scooterlife);
- Desporto (Bike a Fondo, Ciclismo a Fondo, Bicisport, Ecuestre, Oxígeno, Runner's World e Triatlón);
- Estilo de Vida (Sport Life, Men's Health, Women's Health e HMagazine).

As atividades da Motorpress Ibérica incluem também o clube de fidelização Action Team, ligado à revista Motociclismo, o departamento de eventos onde oferece serviços de marketing direto, eventos à medida para clientes, relacionados com a área de automóveis, motocicletas e desportos, bem como ações especiais.

A Motorpress Ibérica desempenha as suas atividades principais em Madrid e Barcelona e possui uma delegação comercial em Valência. Os escritórios centrais da Motorpress Ibérica, bem como a maior parte dos departamentos de serviços e redações, estão localizadas em Madrid. O Grupo Motorpress também está presente na Argentina, México e Brasil, para além de Portugal.

A Bertelsmann, um grupo de comunicação reconhecido a nível internacional, detentor da RTL (televisão), da Penguin Random House (Edição de livros), da Gruner+Jahr (Edição de Revistas), da Avarto (Serviços) e da Be Printers (Imprensa) é o acionista dominante da Motorpress Ibérica através da Motorpresse International Verlagsgesellschaft Holding mbH.

Fundada em 1835 na Alemanha, a Bertelsmann passou de um editorial familiar nas suas origens e converteu-se num dos mais poderosos grupos de meios de comunicação e serviços a nível mundial, com presença em cerca de 50 países e mais de 112.000 colaboradores em todo o mundo. Tem como mercados principais a Europa e os EUA, mas encontra-se também presente em países como China, Índia e Brasil.



A GYJ Portugal, parte deste grupo, edita em Portugal a revista Super Interessante e foi também editora da revista Cosmopolitan, que em tempos teve elevada circulação em Portugal, mas que encerrou as suas operações no país, no final 2016.

De acordo com a informação dos registos da ERC, em Portugal, a Motorpress Ibérica, em conjunto com a empresa Cruz Quebrada Media, Edições e Publicações SA (Cruz Quebrada Media ou empresa), são proprietárias das revistas Pais & Filhos, Sport Life e Auto Hoje, publicações de relevância em termos de circulação.

A revista Men's Health, uma revista que em 2015 apresentou uma tiragem média de mais de 25.000 exemplares, está registada na ERC como propriedade da empresa Rodale Inc, constando no site de internet, uma referência de *copyright* à Motorpress Rodale Portugal (Motorpress Rodale Portugal ou empresa), empresa do Grupo Motorpress Ibérica. A Women's Health, uma revista com mais de 26.000 exemplares de tiragem mas que não se encontra registada na ERC dado não ser editada em Portugal, é também parte deste grupo.

A Rodale Inc e as suas subsidiárias (Rodale) constituem um dos maiores editores independentes dos Estados Unidos da América, detentores de publicações periódicas de dimensão relevante, focadas na saúde, como Prevention, Men's Health, Women's Health, Runner's World, Running Times, Bicycling e Rodale's Organic Life.

A Motorpress Ibérica é uma empresa cuja atividade principal é desenvolvida em Espanha, país que representou cerca de 95% das receitas em 2016.

**Fig. 46: Sumário de indicadores financeiros**

<b>Motorpress Ibérica</b>		
<b>Milhares de euros</b>	<b>2016</b>	<b>2015</b>
Receitas de exploração	21.655	22.430
EBITDA	-159	-1.104
Resultado líquido	-619	-1.719
Ativo	13.902	14.587
Passivo	13.569	13.635
Capital próprio	333	952

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

Relativamente à empresa Cruz Quebrada Media, 2016 constituiu mais um excelente ano. As receitas de exploração continuaram a crescer, cerca de 63% face a 2015, atingindo os 349 milhares de euros, em virtude da circulação das principais publicações ter aumentado ligeiramente no período. No entanto, os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) não mantiveram a trajetória favorável, dado o agravamento da estrutura de custos, nomeadamente dos custos com fornecimentos e serviços externos e dos custos com o pessoal. Assim, o EBITDA em 2016 atingiu os 91 milhares de euros, menos 23% que em 2015, acompanhado de deterioração da margem respetiva.

Como a empresa praticamente não tem dívida financeira, as depreciações e os impostos explicam grandemente a diferença entre o EBITDA e os resultados líquidos, que se situaram em 67 milhares de euros em 2016. Em geral, o passivo da empresa era bastante baixo, representando os capitais próprios mais de 80% do ativo.

Fig. 47: Sumário de indicadores financeiros

**Cruz Quebrada Media, Edições e Publicações**

Milhares de euros	2016	2015	2014
Receitas de exploração	349	215	109
EBITDA	91	118	60
Resultado líquido	67	95	55
Ativo	466	385	226
Passivo	92	78	13
Capital próprio	375	307	213

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

A situação da Motorpress Rodale Portugal é diferente e mais representativa da situação do setor. Em 2016, as receitas diminuíram 23% e atingiram 959 milhares de euros, o que a par da deterioração da estrutura de custos, resultado de maiores custos com materiais vendidos e matérias consumidas, maiores custos com pessoal, e da ausência de reversão de imparidades por dívidas a receber registada no ano anterior, colocou os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) em terreno negativo de 110 milhares de euros. Consequentemente, os resultados líquidos também foram negativos em 112 milhares de euros.

Fig. 48: Sumário de indicadores financeiros

**Motorpress Rodale Portugal**

Milhares de euros	2016	2015
Receitas de exploração	959	1.243
EBITDA	-110	129
Resultado líquido	-112	99
Ativo	300	516
Passivo	407	412
Capital próprio	-107	104

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

**Multipublicações - Edição, Publicação de Informação e Prestação de Serviços de Comunicação Lda**

A Multipublicações – Edição, Publicação de Informação e Prestação de Serviços de Comunicação Lda (Grupo Multipublicações, Multipublicações ou empresa), é um grupo editorial fundado em 1996, que detém diversos títulos de referência nos setores a que se dedicam.

A Marketeer foi o primeiro título do grupo Multipublicações, uma revista de estratégia e marketing dirigida a profissionais e interessados na matéria. No *portfolio* da Multipublicações encontra-se também a Executive Digest, que aborda as principais tendências internacionais de gestão, a Human Resources Portugal, que reflete sobre as novas tendências na área de recursos humanos, e a Viagens & Resorts que veio concretizar a entrada do Grupo Multipublicações no sector do turismo e *lifestyle*.

A empresa é propriedade de Ricardo Florêncio com 37,12%, Paulo da Silva Carmona com 28,74% e Manuel Lopes da Costa com 21,3%, detendo o primeiro 100% dos direitos de voto.

À data de fecho do presente relatório a Multipublicações não disponibilizou informação financeira à ERC relativa ao ano de 2016.

**Fig. 49: Sumário de indicadores financeiros**

Milhares de euros	2016	2015	2014
Receitas de exploração		1.396	1.285
EBITDA		98	38
Resultado líquido		51	5
Ativo		641	575
Passivo		403	388
Capital próprio		238	187

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

### **NOS, SGPS, SA**

A NOS, SGPS, S.A (NOS ou empresa), anteriormente designada de Zon Optimus, SGPS, S.A. e até 27 de agosto de 2013 designada de Zon Multimédia – Serviços de Telecomunicações e Multimédia, SGPS, S.A. [Zon], foi constituída pela Portugal Telecom, SGPS, S.A. em 15 de julho de 1999 com o objetivo de, através dela, desenvolver a sua estratégia para o negócio de multimédia.

Durante o exercício de 2007, a Portugal Telecom realizou o *spin-off* da Zon, com a atribuição da sua participação nesta sociedade aos seus acionistas, a qual passou a ser totalmente independente da Portugal Telecom.

Durante o exercício de 2013, a Zon e a Optimus, SGPS, S.A. concretizaram uma operação de fusão por incorporação da Optimus SGPS na Zon, tendo a empresa adotado nessa data a designação de Zon Optimus, SGPS, S.A.. Em junho de 2014, na sequência do lançamento da nova marca NOS, foi aprovada em Assembleia Geral a alteração da designação da Empresa para NOS, SGPS, S.A..

Os negócios explorados pela NOS e pelas empresas participadas que integram o universo empresarial incluem serviços de televisão por cabo e satélite, serviços de voz e acesso à internet, edição e venda de videogramas, publicidade em canais de TV por subscrição, exploração de salas de cinemas, distribuição de filmes, produção de canais para televisão por subscrição, gestão de *datacenters*, licenciamento e prestação de serviços de engenharia e consultoria na área dos sistemas de informação.

O serviço de televisão por cabo e satélite em Portugal é predominantemente fornecido pela NOS Comunicações, S.A. e pelas suas participadas, a NOS Açores e a NOS Madeira. A atividade destas empresas compreende: a) a distribuição do sinal de televisão por cabo e satélite, b) a exploração de uma rede de comunicações móveis de última geração GSM/UMTS/LTE, c) a exploração de serviços de comunicações eletrónicas, no que se inclui serviços de comunicação de dados e multimédia em geral, d) serviços de voz por IP (VOIP – voz por internet), e) operador móvel virtual (MVNO), e f) a prestação de serviços de assessoria, consultoria e afins, direta ou indiretamente relacionados com as atividades e serviços acima referidos. A atividade da NOS SA, da NOS Açores e da NOS Madeira é regulada pela Lei n.º 5/2004 [Lei das Comunicações Eletrónicas].

A NOSpub e a NOS Lusomundo TV exercem a atividade de televisão e de produção de conteúdos, desde canais de cinema a séries, os quais são distribuídos pela NOS SA e suas participadas, entre outros operadores. A NOSpub efetua ainda a gestão do espaço publicitário de canais de televisão por subscrição e das salas de cinema da NOS Cinemas.

A NOS Audiovisuais e a NOS Cinemas, bem como as empresas participadas, desenvolvem a sua atividade na área dos audiovisuais, que integra a edição e venda de videogramas, a distribuição de filmes, a exploração de salas de cinema e a aquisição/negociação de direitos para televisão por subscrição e VOD (*video-on-demand*). A NOS possui mais de 200 salas de cinema em Portugal, lançou o primeiro serviço de internet sem fios – Kanguru -, possui o interface de TV – IRIS -, o primeiro serviço de internet – wÖw – e abriu a primeira sala IMAX do país.

A NOS Sistemas dedica-se à gestão de *datacenters* e à prestação de serviços de consultadoria na área dos sistemas de informação.

As ações representativas do capital da NOS encontram-se cotadas na bolsa de valores Euronext Lisboa e integram o principal índice, o PSI 20. A NOS é controlada por Isabel dos Santos e pela Sonaecom, esta última parte do Grupo Sonae, controlado pela Família Azevedo através da participação de cerca de 50% na ZOPT SGPS, SA. Os restantes acionistas detêm menos de 5% da empresa, e entre eles encontram-se o Banco BPI, MFS Investment, a BlackRock e o Norges Bank.

Logo no início de 2017, a NOS reduziu para 25% a sua participação na Sport TV Portugal, sendo a restante percentagem detida em partes iguais pela Meo, Olivedesportos e Vodafone. A Sport TV exerce a atividade de televisão, incluindo a concessão, produção, realização e comercialização de programas desportivos, aquisição e revenda de direitos de transmissão e exploração de publicidade.

A NOS engloba no seu universo corporativo empresas reguladas pela ERC na qualidade de operador de distribuição de televisão e operador televisivo.

2016 foi mais um ano positivo para a NOS no que diz respeito a captação de novos clientes no segmento de particulares e empresas. As receitas de exploração cresceram quase 5%, demonstrando o sucesso das soluções de convergência e da estratégia de *bundling* inerente. Este crescimento teve repercussão idêntica nos resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) que, apesar do aumento de custos com conteúdos desportivos na segunda metade do ano, cresceram mais de 3% e atingiram os 534.327 milhares de euros. Em geral, as margens EBITDA e líquida apresentaram estabilidade e a NOS, em 2016, fechou o ano com um resultado líquido de quase 90 milhões de euros. A totalidade do resultado líquido foi distribuída sob forma de dividendos.

A NOS é uma empresa sólida, com indicadores de endividamento conservadores. O rácio dívida líquida/EBITDA situou-se em 2,2x e o fluxo de caixa operacional em percentagem do endividamento atingiu os 42,7%. Tanto o fluxo de caixa operacional como o EBITDA de 2016 excederam largamente a dívida que se vence no curto prazo.

A geração de fluxos de caixa da empresa permitiu ainda cobrir a totalidade dos investimentos realizados durante o ano, gerando um fluxo de caixa livre positivo.

**Fig. 50: Sumário de indicadores financeiros**

Milhares de euros	2016	2015	2014
Receitas de exploração	1.514.969	1.444.305	1.383.934
EBITDA	534.327	516.765	486.695
Resultado líquido	89.996	82.720	74.711
Ativo	2.982.641	2.976.494	2.955.931
Passivo	1.929.543	1.912.972	1.895.801
Capital próprio	1.053.098	1.063.522	1.060.129

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

### Nowo Communications SA

A Nowo Communications SA (Nowo ou empresa), anteriormente conhecida por Cabovisão – Televisão por Cabo SA iniciou as suas operações em 1993 e tem como atividade principal o fornecimento de serviços de comunicações eletrónicas, designadamente o serviço de televisão por subscrição, de internet, dados e telefónico, em diversas regiões de Portugal.

Desde a sua criação, a Cabovisão apostou no desenvolvimento regional de Portugal, disponibilizando serviços de telecomunicações, e conta hoje com mais de 600 colaboradores, entre a sede em Palmela e as 20 lojas próprias espalhadas por todo o país.

A empresa foi o primeiro operador de cabo em Portugal com ofertas *Triple Play*, lançado em Março de 2014, tendo sido igualmente pioneira a disponibilizar velocidades de banda larga de 2 Megas, 4 Megas, 16 Megas e 30 Megas. Foi ainda responsável pelo lançamento em Portugal de diversos canais de televisão como o MGM, AXN, Record e Fox.

A Cabovisão era anteriormente controlada a 100% pela Altice, uma empresa luxemburguesa que detém, entre outros, a Meo em Portugal, o maior operador francês de cabo – Numericable – e um conjunto diversificado de empresas dentro e fora do setor das telecomunicações, em países como Bélgica, Suíça, Luxemburgo e Israel.

Em Setembro de 2015, a Cabovisão foi vendida à Cabonitel, entidade detida maioritariamente pela Cabolink, inserida no Grupo Apax, um fundo de *private equity* que agora detém 100% do capital. Esta venda foi concluída em Janeiro de 2016.

A marca NOWO nasceu em setembro de 2016 para romper com o status quo do mercado, dominado por ofertas em pacote, fornecendo liberdade de escolha e justiça aos consumidores, valores que estão presentes nos serviços de comunicações que oferece e que vão ao encontro das tendências de consumo dos jovens e das famílias. Esta visão é suportada pelos seus acionistas – APAX France e Fortino Capital.

Atualmente a Nowo chega a mais de 900 mil casas, através da sua rede de fibra ótica tem mais de 14.000 Km.

É regulada pela ERC na qualidade de operador de distribuição de televisão.

O ano de 2016 foi difícil para a Nowo. As receitas de exploração desceram 16,9%, quebra não compensada pela diminuição da estrutura de custos e que levou a uma diminuição de 63,4% dos resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA), para 4.277 mil euros.

O resultado operacional foi negativo, dadas as depreciações e amortizações realizadas, tal como o resultado líquido, que revelou um prejuízo de 19.792 mil euros.

Uma vez que, à data de fecho do presente relatório, a Nowo não disponibilizou as demonstrações financeiras completas e respetivas notas relativas ao ano de 2016, é impossível detalhar mais a análise financeira.

**Fig. 51: Sumário de indicadores financeiros**

Milhares de euros	2016	2015	2014
Receitas de exploração	70.953	85.336	97.721
EBITDA	4.277	11.678	8.346
Resultado líquido	-19.792	-17.064	-28.284
Ativo	223.356	108.114	196.282
Passivo	230.709	95.675	166.779
Capital próprio	-7.353	12.439	29.503

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

### **Plot Content Agency SA**

A Plot Content Agency SA (Plot ou empresa), anteriormente designada de Entusiasmo Media, surgiu em 2006, resultado da fusão das empresas Saúde Press, que editava as revistas Saber viver, Prevenir, Jardins e L+Arte, da Money Media, que editava a revista Carteira e trabalhava com clientes empresariais e da Oficina Criativa, que trabalhava exclusivamente na área de *custom publishing*.

Mais tarde, a agência decidiu separar a área da publicação de revistas da área do *custom*, criando a White Rabbit, agência criativa responsável por grandes projetos feitos para empresas.

Em 2011, foi implementado um *re-branding* e reposicionamento da Plot, com a criação da Plot Content Agency que evoluiu para agência de marketing 100% dedicada ao *content marketing e branded content*. Em 2015, a Plot adquiriu 50% da espanhola Loft Works, que representa um passo na internacionalização nesta área.

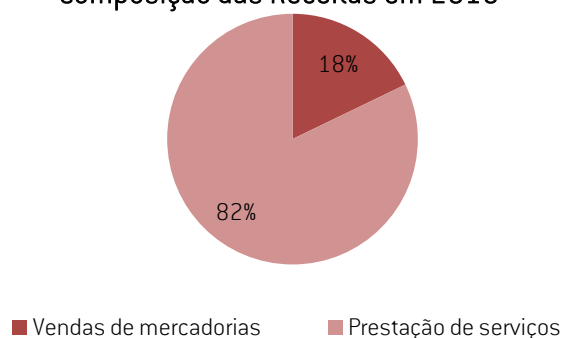
A Plot publica revistas como a Saber Viver, Prevenir, Jardins e Exame Moçambique, tendo lançado em 2015 a revista Nice, em Moçambique, para a encerrar em 2016, na sequência da crise económica do país.

A Plot é detida por Luis Penha e Costa com 49%, António Domingues com 15,5%, Rui Correia Borges com 26,5%, Alberto Moreira de Andrade com 5%, João Moreira de Andrade e João Correia Borges ambos com 2%, entre outros.

2016 foi um ano positivo para a Plot, uma vez que as vendas de mercadorias e prestação de serviços, no seu conjunto, cresceram cerca de 6,8%, resultado do aumento da prestação de serviços que mais que compensou a diminuição das vendas. O Relatório de Gestão da empresa destaca o desempenho positivo das vendas em banca e das receitas publicitárias na área de *publishing*, em tendência contrária ao mercado em geral, bem como o reforço da estratégia digital de empresa em termos de *content marketing*, para justificar o facto. A salientar também que, dentro destes números agregados, pode verificar-se uma quebra nas receitas com vendas no mercado doméstico e no mercado externo, onde se encontra a operação de Moçambique, um país em crise económica.

**Fig. 52: Composição das receitas de exploração em 2016**

**Composição das Receitas em 2016**



Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

O crescimento dos resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) de 31,3%, acompanhado de uma ligeira subida da margem respetiva, de 2,2% em 2015 para 2,6% em 2016 é reflexo do aumento das receitas, que mais que compensou o agravamento da estrutura de custos. Os resultados líquidos cresceram 58%, atingindo os 46 milhares de euros, apesar do pagamento de mais impostos. Neste enquadramento, a administração propôs a acumulação dos resultados gerados em resultados transitados, sem pagamento de dividendos.

O endividamento total da empresa aumentou em 2016, tanto em termos de dívida de curto prazo como de longo prazo. A posição de caixa no final de 2016 cobria o endividamento financeiro de curto prazo, ou seja, o que se vence durante o ano de 2017. Apesar do crescimento do EBITDA, a relação entre este e o endividamento líquido total deteriorou-se de 1,4x em 2015 para 2,3x em 2016, ambos valores conservadores. O aumento do endividamento pode refletir uma gestão de fundo de maneo mais adversa que em 2015, nomeadamente por causa de uma pior relação entre prazos de pagamento e recebimento e da preparação do plano de negócios de 2017.

**Fig. 53: Sumário de indicadores financeiros**

Milhares de euros	2016	2015	2014
Receitas de exploração	4.738	4.438	4.691
EBITDA	126	96	283
Resultado líquido	46	29	159
Ativo	2.608	2.357	3.445
Passivo	2.029	1.721	2.702
Capital próprio	579	636	744

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

### **Público Comunicação Social SA**

O Público Comunicação Social SA (Público ou empresa) foi constituído em 1989 e tem como atividade principal a edição de jornais.

Em 1991 integrou-se na World Media Network – associação de diversos jornais de referência mundial que incluía os jornais alemão Süddeutsche Zeitung, o espanhol El País, o francês Libération e o italiano La Stampa. Teve, durante algum tempo, participações no seu capital social

de empresas de comunicação estrangeiras, nomeadamente as detentoras dos diários El País (Espanha) e La Repubblica (Itália).

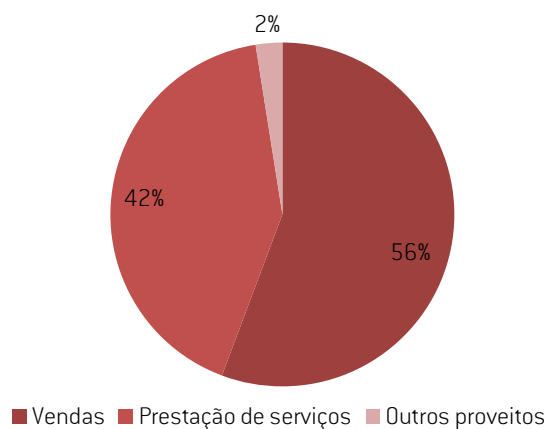
Em 1995, o Público criou a sua página digital, o Público Online (atualmente designado Público.pt) bem como uma nova empresa, Público.pt Serviços Digitais Multimédia, SA. Mais tarde, lançou suplementos especiais, livros, enciclopédias, CDs, CD-ROMs (a partir de 1999) e DVDs (a partir de 2003). Desde 1997 edita também anualmente o Janus, anuário de relações exteriores, em colaboração com a Universidade Autónoma de Lisboa (UAL).

O ano de 2016 continuou a ser um ano difícil para o Público. As receitas de exploração caíram 3,4% face a 2015 resultado de menores receitas de vendas de jornais, que não foram compensadas pelo crescimento registado em prestação de serviços e outras receitas. A publicidade online, vendas de publicações entre outras prestações de serviços registaram uma evolução positiva durante o ano.

A estrutura de custos tornou-se mais eficiente, a refletir menores custos com matérias-primas, com fornecedores externos e com pessoal, embora não o suficiente para compensar a quebra agregada das receitas. Neste enquadramento, os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) cifraram um prejuízo de 3.554 milhares de euros, face ao prejuízo de 5.754 milhares de euros registados em 2015. O prejuízo líquido atingiu 3.704 milhares de euros.

**Fig. 54: Composição das receitas de exploração em 2016**

#### Composição das Receitas em 2016



Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

Após o aumento de capital realizado em 2015, os níveis de endividamento aumentaram significativamente em 2016, com um empréstimo de longo prazo feito pelo acionista a par de empréstimos de curto prazo de menor dimensão. A dívida total atingiu 3.231 milhares de euros o que compara com um capital próprio de 70 milhares de euros. Apesar do risco de refinanciamento ser baixo, em virtude do acionista ser o principal financiador do Público, a situação operacional continua preocupante, dados os prejuízos consistentes ainda antes de amortizações, custos financeiros e impostos.

O Público é detido a 100% pela Sonaecom, uma empresa do Grupo Sonae, cotada na Euronex Lisboa. Indiretamente, a Efanor Investimentos SGPS, é o acionista controlador, que, de acordo



com o relatório de corporate governance de 2016 da Sonae Indústria, é detida maioritariamente por Belmiro Mendes de Azevedo.

**Fig. 55 Sumário de indicadores financeiros**

<b>Milhares de euros</b>	<b>2016</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>
Receitas de exploração	14.799	15.322	16.844
EBITDA	-3.554	-5.754	-2.782
Resultado líquido	-3.704	-5.948	-2.588
Ativo	9.019	8.352	9.102
Passivo	8.948	8.317	8.834
Capital próprio	71	35	268

Fonte: Demonstrações financeiras, Portal Transparência, elaboração ERC.

### **Rádio Renascença Lda**

A Rádio Renascença Lda (Rádio Renascença, RR ou empresa), é a empresa mãe do Grupo Renascença, Comunicação e Multimédia (Grupo), composto pelas sociedades Intervoz Publicidade SA, Rádio 90 FM Coimbra – Radio Difusão Lda, Rádio Metropolitana – Comunicação Social Lda, RO – Edições e Publicidade, Sociedade Unipessoal, Lda, Rádio PAL – Sociedade Unipessoal Lda, Genius e Meios – Entretenimento e Formação, Sociedade Unipessoal, Lda, Movifade – Meios Publicitários Lda e Rádio Regional de Aveiro, Empresa de Rádio Difusão Lda. Nestas empresas, o Grupo inclui as rádios Renascença, RFM, Mega Hits, Sim, a agência publicitária Intervoz e a Produtora e realizadora de conteúdos Genius Y Meios.

A Rádio Renascença é uma empresa de inspiração católica, que surgiu no início dos anos 30, com o lançamento, a 12 de Abril de 1931, da revista “Renascença - Ilustração Católica”, de publicação quinzenal. Em 1935 foi criada uma associação que, mais tarde, deu lugar à Liga dos Amigos da Rádio Renascença (hoje Clube Renascença), mediante proposta da revista Renascença Ilustração Católica. Após anos de artigos e angariação de fundos, as emissões experimentais em onda média, para a região de Lisboa, tiveram início no ano de 1937. Em Janeiro do ano seguinte, iniciaram-se as emissões em onda curta.

A inauguração oficial da Rádio Renascença foi efetuada a 10 de Abril de 1938 nos estúdios da Rua Capelo. Em 1955, a Rádio Renascença participou na constituição da Rádio Televisão Portuguesa (RTP) e em 1964 foi feita a inauguração do seu primeiro emissor de Frequência Modulada (100km de alcance), instalado em Monsanto, estando já prevista a expansão desta rede em todo o território.

Em 1972, a Rádio Renascença começou a emitir noticiários, com uma equipa composta por nove elementos. Até então, os espaços informativos tinham por base as notícias veiculadas pela imprensa. Mais tarde, a RR tornou-se numa das três grandes estações de radiodifusão, a par da Emissora Nacional e da Rádio Clube Português e emitia programas como: «Diário do Ar» (1959-1963) e «Quando o telefone toca».

A história da Rádio Renascença encontra-se ligada ao 25 de Abril, pelo facto de ter sido a emissora que transmitiu, no programa «Limite», a senha para o início da Revolução dos Cravos.

Atualmente, a Rádio Renascença insere-se num grupo económico, resultado do crescimento da atividade e da expansão para novos formatos, denominado Grupo Renascença Multimédia, que mantém o foco na atividade radiofónica e é detido pelo Patriarcado de Lisboa e Conferência Episcopal Portuguesa.

2016 foi mais um ano positivo para a Rádio Renascença. As vendas e prestação de serviços cresceram 6,2%, um resultado contrário ao panorama que envolve vários regulados cobertos nesta análise, em particular os conglomerados de conteúdos, a refletir a liderança medida em vários indicadores, tanto no negócio tradicional como no negócio digital.

No entanto, os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) de tiveram uma quebra de 14% face a 2015, atingindo os 2.230 milhares de euros, consequência do aumento dos fornecimentos e serviços externos e dos custos com pessoal. A margem EBITDA também se deteriorou, e o pagamento de menos impostos explicou o crescimento dos resultados líquidos de 162 milhares de euros em 2015 para 873 milhares de euros em 2016.

Neste enquadramento, a capacidade de geração de fluxos de caixa operacionais contribuiu para uma diminuição dos níveis de endividamento, apesar dos investimentos em ativos fixos serem superiores aos do ano de 2015, que se explicaram maioritariamente pela aquisição de novas instalações para a sede. O fluxo de caixa operacional cobriu a dívida total no final de 2016 em mais de 50% e a relação de dívida líquida / EBITDA foi inferior a 2x, ambos valores bastante conservadores.

**Fig. 56: Sumário de indicadores financeiros**

Milhares de euros	2016	2015	2014
Receitas de exploração	20.617	19.412	18.547
EBITDA	2.230	2.596	1.597
Resultado líquido	873	162	-310
Ativo	18.958	21.857	22.575
Passivo	13.233	16.777	18.300
Capital próprio	5.725	5.080	4.275

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

### **Rádio e Televisão de Portugal, SA**

A Rádio e Televisão de Portugal, SA (RTP ou empresa) tem como objeto principal a prestação do serviço público de rádio e de televisão, nos termos das Leis da Rádio e da Televisão e do respetivo contrato de concessão, podendo prosseguir quaisquer atividades, industriais ou comerciais, relacionadas com a atividade central, na medida em que não comprometam ou afetem a prossecução do serviço público referido. São essas atividades as seguintes:

- a) Exploração da atividade publicitária, e com limites previstos no respetivo contrato de concessão;
- b) Produção e disponibilização ao público de bens relacionados com a atividade de rádio ou de televisão, nomeadamente programas e publicações;
- c) Prestação de serviços de consultoria técnica e de formação profissional e cooperação com outras entidades, nacionais ou estrangeiras, especialmente com entidades congéneres dos países de expressão portuguesa;
- d) Participação em investimentos na produção de obras cinematográficas e audiovisuais.

A RTP deu início à sua atividade de divulgação de informação em 1935 com a transmissão das primeiras emissões na Rádio Pública (EN). Em 1957, foram iniciadas as emissões de televisão e em 1992, as transmissões a nível internacional. Cinco anos mais tarde (1997), foi criada uma plataforma digital.

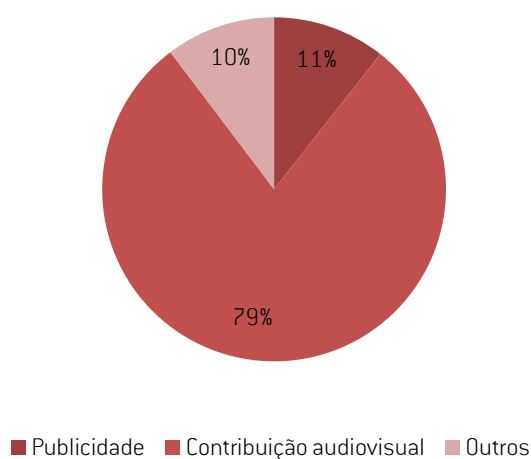
Com 80 anos de Rádio, 58 de Televisão e 17 de Online, em 2007, estes meios, historicamente dispersos em várias empresas, fundiram-se numa só dando origem à RTP, no formato atual.

Atualmente, a RTP opera os canais RTP1, RTP2, RTP3, RTP Memória, RTP África, RTP Internacional, RTP Açores, RTP Madeira, as rádios Antena 1, Antena 2, Antena 3, RDP África, RDP Internacional, RDP Açores, RDP Madeira Antena 1, RDP Madeira Antena 2, Antena 1 Lusitânia, Antena 1 Vida, Antena 1 Fado, Antena 2 Ópera e Antena 1 Memória.

O ano de 2016 foi um ano positivo para a RTP. As receitas de exploração cresceram 1,4% face a 2015, resultado do aumento da taxa de contribuição audiovisual contemplada no orçamento de Estado de 2016, da recuperação das receitas de publicidade e da venda de programas. De salientar que na RTP, a publicidade apenas representa cerca de 11% das receitas de exploração, enquanto a contribuição para o audiovisual (CAV), atinge 79% (Fig. 22).

**Fig. 57: Composição das receitas de exploração em 2016**

#### Composição das Receitas em 2016



Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

A diminuição dos subsídios à exploração e o aumento dos custos com mercadorias vendidas, consequência do aumento dos gastos com subcontratação, alugueres, caches e avenças, entre outros, causaram uma quebra nos resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) de 19% para 10.380 milhares de euros, acompanhados de deterioração da margem respetiva.

Já a nível de resultado líquido, a diminuição face a 2015 continuou a ser significativa, em grande parte devido à ausência de cerca de 4.400 milhares de euros de proveitos financeiros que ocorreram no ano anterior e menores créditos de imposto. Tal como em 2015, estes proveitos financeiros estão associados ao justo valor do veículo de financiamento à RTP, denominado de Eurogreen, e que em Novembro de 2015 a RTP adquiriu 100% das posições dos mutuantes. O resultado líquido atingiu 1.641 milhares de euros.

Neste enquadramento, a capacidade de geração de fluxos de caixa operacionais deteriorou-se. O fluxo de caixa gerado pelas operações não foi suficiente para cobrir os investimentos em ativos fixos realizados durante o ano, que aumentaram face a 2015, causando um aumento do endividamento global da empresa.

O *stock* de dívida acumulada continuou a aumentar, representando no final de 2016 cerca de 32% do ativo. O capital próprio permaneceu negativo em cerca de 23.838 milhares de euros, resultado dos prejuízos acumulados ao longo de anos. A dívida líquida situou-se em 9,6x o EBITDA, valor sintomático do elevado grau de *alavancagem* da empresa que, como já foi referido, permanece em trajetória ascendente tanto em termos absolutos como em proporção da capacidade de geração de *cash flow* operacional.

A RTP é detida a 100% pelo Estado português através da Direção Geral do Tesouro e das Finanças.

**Fig. 58: Sumário de indicadores financeiros**

Milhares de euros	2016	2015	2014
Receitas de exploração	213.195	210.309	212.759
EBITDA	10.380	12.840	10.515
Resultado líquido	1.641	3.985	38.226
Ativo	344.569	339.333	332.964
Passivo	368.407	365.033	362.566
Capital próprio	-23.838	-25.701	-29.602

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

### RBA Revistas Portugal Lda

A RBA Revistas Portugal Lda (RBA Portugal ou empresa) é parte integrante do Grupo 100% espanhol RBA Media Group, presente nos segmentos de revistas, colecionáveis e livros, e em expansão para os *media* audiovisuais. Grupo de comunicação líder, presente em 49 países, com mais de 12 milhões de leitores, possui uma equipa de trabalho de quase 1.500 pessoas e está presente em Barcelona, Madrid, Portugal, Itália, Argentina e Brasil. O Grupo é controlado por Ricardo Rodrigo Amar.

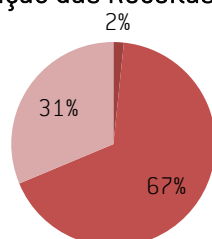
Em Portugal, a RBA comercializa diversas revistas do grupo, na sua versão portuguesa ou original, sendo responsável pela operação de títulos de relevância em termos de circulação, como a Elle, a National Geographic Portugal, a Cozinha Fácil, entre outros.

A RBA Portugal iniciou a sua atividade em 2006, com a aquisição dos direitos editoriais da revista National Geographic e em 2013, por incorporação da empresa RBA II Publicações Lda, passou também a deter os direitos editoriais da revista Elle.

Para a RBA Portugal, o ano de 2016 foi desafiador, tendo a empresa apresentado uma quebra de receitas de exploração e resultados, consistentes com as tendências macro do setor de redução da circulação e relevante grau de concorrência.

**Fig. 59: Composição das receitas de exploração em 2016**

Composição das Receitas em 2016



- Vendas de produtos a empresas do grupo
- Vendas de produtos a terceiros

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

As vendas e prestações de serviços desceram 6,9% para os 2.788 milhares de euros em 2016, o que apesar do aumento de eficiência da estrutura de custos operacionais, levou a uma quebra nos resultados antes de impostos, encargos financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) de 42% para 173 milhares de euros, e inerente diminuição de margem. A empresa continuou a ser rentável, com um resultado líquido de 145 milhares de euros no final de 2016, mas não distribuiu dividendos em relação a este ano, e incorporou os resultados como reservas voluntárias.

A destacar a solidez financeira da RBA Portugal, que não recorreu em 2016 a qualquer instrumento de dívida financeira e fechou o ano com uma posição de caixa de 204 milhares de euros. As atividades operacionais geraram recursos suficientes para pagar os investimentos realizados em ativos tangíveis fixos no período.

**Fig. 60: Sumário de indicadores financeiros**

<b>Milhares de euros</b>	<b>2016</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>
Receitas de exploração	2.788	2.995	3.076
EBITDA	173	300	401
Resultado líquido	145	235	291
Ativo	1.906	1.754	1.639
Passivo	855	848	968
Capital próprio	1.051	906	670

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

#### **Sociedade Vicra Desportiva SA**

A Sociedade Vicra Desportiva SA (Vicra) é proprietária da revista de automóveis Autofoco e do jornal e TV Bola.

À data de fecho do presente relatório a Vicra não disponibilizou à ERC a informação financeira solicitada para efeitos de elaboração do estudo, relativa aos anos de 2014, 2015 e 2016.

#### **Terra de Letras - Comunicação Lda**

A Terra de Letras – Comunicação Lda (Terra de Letras) é proprietária da revista Turbo.

Sendo uma empresa de pequena dimensão, a informação financeira a que tivemos acesso é diminuta.

**Fig. 61: Sumário de indicadores financeiros**

<b>Milhares de euros</b>	<b>2016</b>
Resultado líquido	9
Ativo	354
Passivo	225
Capital próprio	129

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

### Vodafone Portugal – Comunicações Pessoais SA

A Vodafone Portugal – Comunicações Pessoais SA (Vodafone Portugal) é parte da empresa multinacional britânica de telecomunicações móveis com presença em mais de 30 países, estando a marca também presente em mais 40 através de redes parceiras.

A Vodafone entrou no mercado português em 1992 e conta com uma base de 6,2 milhões de clientes, o que corresponde a mais de um terço do total de clientes de serviços móveis em Portugal.

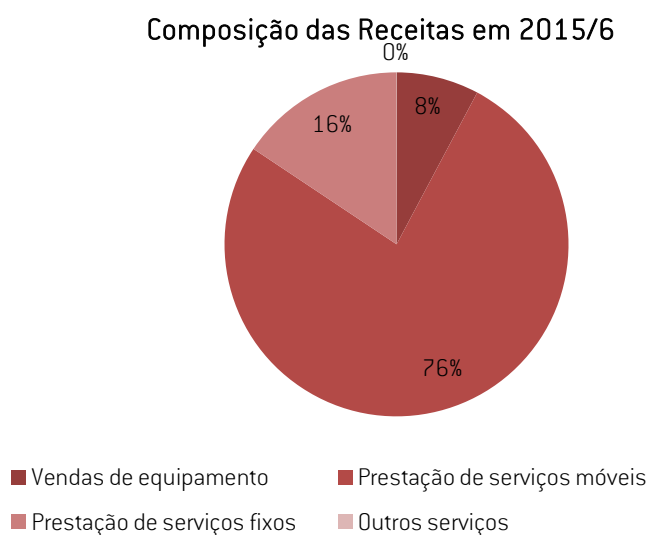
Apostou na convergência entre o telemóvel, computador e a internet, com o objetivo de criar condições que possibilitem ao consumidor a utilização dos serviços a que está habituado, independentemente da forma de acesso, com uma experiência de utilização simples e transparente.

Opera uma rede móvel GSM/GPRS de âmbito nacional e foi pioneira na introdução, em Portugal, das principais tecnologias ao serviço das comunicações móveis (EFR, *Dual Band*, WAP, 2,5G/GPRS, HSCSD, MMS, 3G/UMTS, 3,5G/HSPA e 4G/LTE).

A Vodafone Portugal é 100% detida pelo Grupo Vodafone, uma das empresas de maior capitalização bolsista a nível mundial. De Dezembro de 1996 a Maio de 2003, a Empresa esteve cotada na Euronext Lisbon.

A Vodafone engloba no seu universo corporativo, empresas reguladas pela ERC, na qualidade de operador de distribuição de televisão.

**Fig. 62: Composição das receitas de exploração em 2015/16**



Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

À data de fecho do presente relatório, a Vodafone Portugal não disponibilizou informação financeira à ERC relativa ao ano de 2016. De salientar que a data de fecho do exercício anual da Vodafone é março de cada ano.

**Fig. 63: Sumário de indicadores financeiros**

<b>Milhares de euros</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>
Receitas de exploração	973.864	978.799
EBITDA	279.296	306.648
Resultado líquido	29.489	66.290
Ativo	1.291.627	1.136.805
Passivo	1.015.734	890.400
Capital próprio	275.893	246.405

Fonte: Demonstrações financeiras, elaboração ERC.

## **6. Bibliografia**

- Base de Dados dos Registos ERC;
- Boletim Estatístico do Banco de Portugal 8ffl/16;
- Boletim Estatístico do Banco de Portugal 9ffl/16;
- Boletim Estatístico do Banco de Portugal 10ffl/16;
- Boletim Estatístico do Banco de Portugal 1ffl/17;
- Boletim Estatístico do Banco de Portugal 4ffl/17;
- Demonstrações financeiras e notas fornecidas pelas empresas reguladas e identificadas nesta análise;
- Discurso de Sharon White ao Institute for Government - 1 Dezembro 2016;
- Estudo: As Novas Dinâmicas do Consumo Audiovisual em Portugal – ERC 2016;
- Estudo: Bareme Imprensa Crossmedia - Markttest 2016;
- Estudo: Bareme Radio 5ª Vaga – Dezembro 2016;
- Informações sobre tiragem e circulação disponíveis no *site* da Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação;
- Informações reportadas à ERC no Portal da Transparência, até 30 de junho, no âmbito da Lei nº 78/2015 de 29 de julho, que regula a promoção da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social e altera a Lei de Imprensa, a Lei da Televisão e a Lei da Rádio e do Regulamento n.º 348/2016, publicado em Diário da República de 1 de abril de 2016;
- Informações disponíveis sobre TV por subscrição no *site* da ANACOM;
- *Sites* de internet das empresas mencionadas neste relatório, consultados entre 1 de Maio e 15 de junho de 2017.

### **1. Introdução: transparência dos media, uma nova área de intervenção regulatória**

A transparência dos media constitui uma nova área de atuação da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, por força da aprovação da Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, que regula a promoção da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social. A aplicação destas disposições legais permitirá sistematizar e aumentar o conhecimento sobre quem são os detentores diretos e indiretos das entidades que prosseguem atividades de media, por quem são geridas e como são financiadas.

O princípio da transparência dos media apresenta-se, antes de mais, como um imperativo constitucional. O artigo 38.º, n.º 3, da Constituição da República Portuguesa (CRP) determina que «a lei assegura, com carácter genérico, a divulgação da titularidade e dos meios de financiamento dos órgãos de comunicação social». Este princípio constitui um braço de um Direito Maior, o da liberdade de expressão, essencial ao funcionamento democrático e livre de qualquer sociedade. Ele encerra em si mesmo um ecossistema vivo onde coexistem outras garantias fundamentais de proteção de outros direitos e valores constitucionalmente associados. A título de exemplo, os direitos de informação, a defesa do pluralismo, a independência dos órgãos de comunicação social, a proteção dos jornalistas e das suas fontes, a independência editorial e a não concentração da propriedade das entidades de comunicação social.

O dito Direito Maior de liberdade de expressão encerra nele o da garantia da «liberdade de imprensa», constitucionalmente acolhido, na qual o Estado assegura a independência dos órgãos de comunicação social perante o poder político e económico, num claro exercício de um justo, imparcial e amplo direito e dever de informar os cidadãos na prossecução de um interesse público, social, educativo e cultural.

A Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, vem concretizar a garantia constitucional da transparência das entidades que prosseguem atividades de comunicação social. O diploma, aprovado por unanimidade na Assembleia da República, visa a promoção da liberdade e do pluralismo de expressão e a salvaguarda da independência editorial perante os poderes político e económico (art.º 1.º, n.º 1).

Estes fins, por seu turno, correspondem a eixos centrais da atuação regulatória da ERC plasmados nos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro. Um dos objetivos de regulação consiste precisamente em promover e assegurar o pluralismo cultural e a diversidade de expressão das várias correntes de pensamento (artigo 7.º, al. a)). No quadro do vasto leque de atribuições e competências que densificam a sua missão, cabe ao regulador dos media assegurar a não concentração da titularidade dos meios de comunicação social com vista à salvaguarda do pluralismo e da diversidade; e a independência perante o poder político e o poder económico (artigo 8.º, als. b) e c), dos Estatutos da ERC).

Constituem ainda competências do Conselho Regulador participar, em articulação com a Autoridade da Concorrência, na determinação dos mercados economicamente relevantes no setor da comunicação social; pronunciar-se, nos termos da lei, sobre as aquisições de propriedade ou práticas de concertação das entidades que prosseguem atividades de comunicação social; e proceder à identificação dos poderes de influência sobre a opinião pública, na perspetiva da defesa do pluralismo e da diversidade, podendo adotar as medidas necessárias à sua salvaguarda (artigo 24.º, n.º 3, als. o), p) e q), dos Estatutos da ERC).



A Lei n.º 75/2015 (artigo 6.º, n.º 5) prevê que as informações e elementos transmitidos neste âmbito possam ser utilizados pela ERC no exercício das suas atribuições e competências, designadamente, no que respeita à salvaguarda do livre exercício do direito à informação e à liberdade de imprensa, à salvaguarda da independência das entidades que prosseguem atividades de comunicação social perante os poderes político e económico e à defesa do pluralismo e da diversidade face aos poderes de influência sobre a opinião pública.

À conceptualização do diploma subjaz a ideia de que para alcançar aqueles princípios é necessário possuir um bom conhecimento sobre meios de financiamento, estruturas da propriedade e de gestão das entidades de media.

Outra pedra de toque fundamental da lei consiste na previsão da divulgação das informações respeitantes à transparência dos media. A ERC deve assegurar que os elementos comunicados deverão ser disponibilizados publicamente, para conhecimento dos cidadãos, através do futuro Portal da Transparência, uma base de dados eletrónica que brevemente ficará alojada no site do Regulador. Por outro lado, as próprias entidades abrangidas estão obrigadas a difundir as informações prestadas através dos seus meios. Este caráter público da informação é coerente com a finalidade de promover a transparência dos media.

A Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, afigura-se como um diploma inovador a outros títulos. Em primeiro lugar, plasma uma iniciativa legislativa singular na paisagem transnacional de regulação dos media<sup>1</sup>, indo ao encontro de recomendações europeias dirigidas à proteção da liberdade e dos meios de comunicação social no designado novo ecossistema mediático, crescentemente determinado pelo ritmo de evolução das tecnologias digitais<sup>2</sup>.

Em segundo lugar, convida a uma abordagem regulatória fundada num diálogo e numa dinâmica interdisciplinares, convocando o cruzamento de distintas perspetivas na sua interpretação e aplicação, nomeadamente, a jurídica, a económico-financeira, a comunicacional e a computacional.

Deverá ainda referir-se que unifica num só diploma as disposições relativas à promoção da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social dispersas na legislação setorial<sup>3</sup>.

A lei prevê igualmente o alargamento das entidades sujeitas a reporte e das informações específicas que devem ser comunicadas, em particular, como mais à frente se detalhará, em matéria de participações diretas e indiretas, fluxos financeiros, clientes relevantes e detentores relevantes do passivo.

---

<sup>1</sup> Outro exemplo isolado consiste na Lei norueguesa da transparência da propriedade dos media, aprovada em 2016 e cujo cumprimento cabe à Autoridade Norueguesa dos Media.

<sup>2</sup> A título ilustrativo, na reunião de 2014 do Conselho da Europa sobre liberdade e pluralismo dos órgãos de comunicação social, os representantes dos Estados-membros concordaram que «[a]s informações relativas à propriedade de determinada empresa de comunicação social, assim como a outras entidades ou pessoas que beneficiem dessa propriedade, devem ser facilmente acessíveis aos cidadãos, de modo a que possam formar, com conhecimento de causa, uma opinião sobre as informações fornecidas» (ponto 13 das Conclusões do Conselho e dos Representantes dos Governos dos Estados-Membros, 2014/C 32/04). Em sequência, os Estados-Membros foram convidados a adotar medidas destinadas à concretização de «uma genuína transparência da propriedade dos meios de comunicação social» (ponto 19, *ibidem*). Recentemente, o Conselho da Europa constituiu o Comité de Especialistas em Pluralismo dos Media e Transparência da Propriedade dos Media (MSI-MED), com a missão de analisar as melhores práticas sobre estas temáticas nos Estados-membros.

<sup>3</sup> Concretamente, a Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, revoga os artigos 4.º e 16.º da Lei de Imprensa, o artigo 3.º da Lei da Rádio e o artigo 4.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

O presente capítulo estrutura-se em duas partes principais: i) enquadramento das disposições legais da transparência e passos preparatórios da aplicação da lei; ii) apresentação e análise exploratória dos dados comunicados na Plataforma (até 23 de junho de 2017). Esta segunda parte, por sua vez, organiza-se em três pontos: a) caracterização das entidades registadas na Plataforma; b) análise agregada das entidades que reportaram indicadores financeiros relativos à atividade de comunicação social; c) aprofundamento das relações transversais de titularidade de algumas empresas de media nacionais de maior dimensão. Este último ponto implicou o desenho de estruturas de titularidade direta e indireta, a partir dos dados inseridos na Plataforma.

## 1.1 Âmbito de aplicação

Como referido, a Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, tem um âmbito de aplicação maximalista, estendendo as obrigações da transparência a todas as entidades que, sob jurisdição do Estado português, prossigam atividades de comunicação social (identificadas no artigo 6.º dos Estatutos da ERC), nomeadamente:

- ✓ As **agências noticiosas**;
- ✓ As pessoas singulares ou coletivas que editam **publicações periódicas**;
- ✓ Os **operadores de rádio e de televisão**;
- ✓ As pessoas singulares ou coletivas que disponibilizem ao público, através de **redes de comunicações eletrónicas, serviços de programas de rádio ou de televisão**;
- ✓ As pessoas singulares ou coletivas que disponibilizem regularmente ao público, através de redes de comunicações eletrónicas, **conteúdos submetidos a tratamento editorial e organizados como um todo coerente**.

O diploma não contempla uma segmentação de reporte por entidades que tenham como objeto social principal a atividade de comunicação social.

O âmbito de aplicação deste normativo corresponde praticamente ao universo de entidades reguladas pela ERC, sendo a referência deste universo a base de dados de registos ativos dos órgãos de comunicação social gerida pela Unidade de Registos da ERC<sup>4</sup>. Deve ressaltar-se que, para efeitos de aplicação da lei, foram excluídas as entidades que têm publicações periódicas meramente anotadas na Unidade de Registos, ou seja, aquelas que são editadas por organismos públicos, bem como foram considerados apenas os registos convertidos em definitivos<sup>5</sup>.

Por conseguinte, o universo regulado é disperso e diversificado, sendo composto por um elevado número de pessoas singulares e coletivas, de dimensões e recursos muito díspares<sup>6</sup>. À data de 31 de dezembro de 2016, esse universo integrava 2.228 registos ativos de «órgãos de comunicação social»<sup>7</sup>, com a distribuição que se segue:

---

<sup>4</sup> A este respeito, consultar o capítulo «Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social», no presente Relatório de Regulação.

<sup>5</sup> À luz do Decreto-Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, artigo 15.º, n.º 2, as inscrições de publicações periódicas convertem-se em definitivas com a apresentação, junto da ERC, do primeiro exemplar publicado, em prazo não superior a 90 dias contados da data da notificação do despacho de deferimento do pedido inicial.

<sup>6</sup> As pessoas coletivas correspondem juridicamente a sociedades comerciais, mas também a associações, cooperativas, fábricas de igreja, fundações ou Instituições Particulares de Solidariedade Social.

<sup>7</sup> Por razões expositivas, o conceito de «órgão de comunicação social» é aqui aplicado em sentido lato, incluindo, por essa razão, os «operadores de distribuição» e as «empresas noticiosas», que obviamente não consistem em OCS numa aceção estrita.

**Figura 1: Órgãos de comunicação social registados na ERC, por tipo (31 de dezembro de 2016)**

<b>Tipo de órgão de comunicação social</b>	<b>N.º</b>	<b>%</b>
<b>Publicações periódicas*</b>	1.845	82,81
<b>Operadores de rádio</b>	301	13,51
<b>Serviços de programas distribuídos exclusivamente pela Internet</b>	49	2,20
<b>Operadores de televisão</b>	23	1,03
<b>Operadores de distribuição</b>	9	0,40
<b>Empresas noticiosas</b>	1	0,04
<b>Total</b>	2.228	100,00

\*Inclui publicações anotadas e registos provisórios

Fonte: ERC

## 1.2 Dimensões da transparência dos media

No quadro da Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, em que dimensões se concretiza a transparência dos media? Como indica o próprio título do diploma, este assenta em três pilares fundamentais – titularidade, gestão e meios de financiamento

Assim, todas as entidades abrangidas, independentemente da sua figura jurídica, devem reportar à ERC a respetiva relação dos titulares das participações sociais, a composição dos órgãos sociais e a identificação do responsável pela orientação editorial e supervisão dos conteúdos. Adicionalmente, se for aplicável, devem descrever a cadeia de entidades ou indivíduos aos quais as «participações qualificadas» devem ser imputadas, de forma direta e indireta, o que corresponde, nos termos da lei, às participações iguais ou superiores a 5% do capital social.

As entidades obrigadas a ter contabilidade organizada devem ainda comunicar informação relativa aos principais fluxos financeiros, clientes relevantes e detentores relevantes dos passivos.

As sociedades comerciais devem ainda elaborar anualmente um relatório sobre as estruturas e práticas de governo societário por si adotadas.

A aplicação da lei permite traçar uma cartografia da titularidade das entidades de media, bem como perceber relações transversais de propriedade, construindo-se, por esta via, uma imagem mais precisa do estado da propriedade dos media, da sua gestão e meios de financiamento.

Na tabela em baixo são esquematizadas as informações a prestar pelas entidades que prossigam atividades de comunicação social no quadro destas disposições legais.

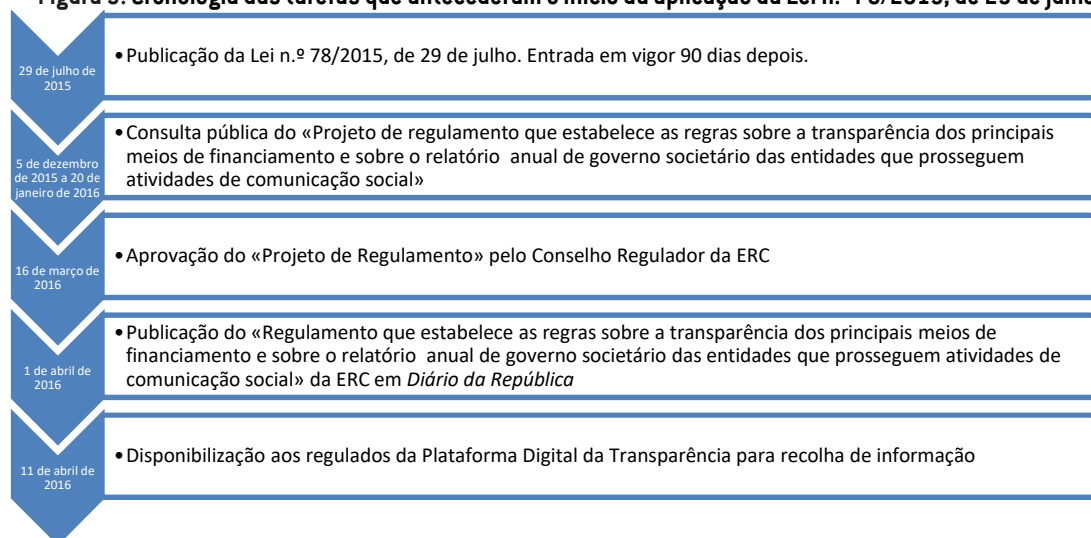
**Figura 2: Síntese das informações a comunicar à ERC no âmbito das disposições legais da transparência**

Áreas de reporte	Quem comunica?	O quê?	Quando?
<b>Titularidade</b>	Todos os regulados (pessoas coletivas)	Titulares das participações sociais; cadeia de imputação das «participações qualificadas» (iguais ou superiores a 5%)	Comunicação inicial e atualizações
	Titulares e detentores de participações qualificadas	Identificação da cadeia de imputação de «participações qualificadas»; aumento ou redução da percentagem de participação	Atualizações
<b>Gestão</b>	Todos os regulados (pessoas coletivas)	Composição dos órgãos sociais	Comunicação inicial e atualizações
<b>Órgãos de comunicação social</b>	Todos os regulados (pessoas singulares e coletivas)	Identificação dos OCS detidos/ editados; identificação do responsável pela orientação editorial e supervisão dos conteúdos	Comunicação inicial e atualizações
<b>Dados financeiros</b>	Regulados (pessoas singulares e coletivas) com contabilidade organizada	Dados financeiros; clientes relevantes e detentores relevantes do passivo	Anualmente, até 30 de abril
<b>Governança corporativa</b>	Sociedades comerciais reguladas	Relatório de governo societário	Anualmente, até 30 de abril

## 2. Aplicação da Lei da Transparência: passos preparatórios

A aplicação das disposições previstas na Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, implicou assegurar um conjunto de tarefas preparatórias, desde o exercício do poder regulamentar da ERC à decisão sobre a metodologia a adotar para a comunicação de informações pelos regulados. É esse *background* que se reconstitui brevemente no presente ponto.

**Figura 3: Cronologia das tarefas que antecederam o início da aplicação da Lei n.º 78/2015, de 29 de julho**



## 2.1 Regulamento sobre fluxos financeiros e Relatório de Governo Societário

Com vista à execução dos princípios e obrigações decorrentes da Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, competiu à ERC o exercício do seu poder regulamentar. Com efeito, os artigos 5.º e 16.º do diploma determinam que o regulador dos media deveria produzir regulamentos sobre matérias específicas:

- ✓ O artigo 5.º, relativo à transparência dos principais meios de financiamento, prevê a aprovação, pela ERC, de regulamento que fixe a periodicidade e a natureza dos dados que lhe devem ser transmitidos.
- ✓ O artigo 16.º estipula que cabe à ERC definir através de regulamento quais as informações a constar no relatório de governo societário a elaborar pelas sociedades comerciais que prosseguem atividades de comunicação social<sup>8</sup>.

O projeto de regulamento foi levado a consulta pública, que contou com mais de meia centena de contributos, e, após aprovação pelo Conselho Regulador, foi publicado em forma de Regulamento (Regulamento ERC n.º 348/2016, de 1 de abril, publicado em *Diário da República*, 2.ª série, de 1 de abril).

O leque de disposições aí contidas define, adicionalmente, que as entidades com contabilidade organizada devem comunicar à ERC a relação de pessoas singulares ou coletivas que representem mais de 10 % dos rendimentos totais, indicando a respetiva percentagem e rubricas a que se referem («clientes relevantes»), e a relação de pessoas singulares ou coletivas que representem mais de 10 % da soma do montante total de passivos no balanço e dos passivos contingentes com impacto material nas decisões económicas, indicando a respetiva percentagem e as rubricas a que se referem («detentores relevantes do passivo»).

## 2.2 Plataforma Digital da Transparência

Dando seguimento à já incontestável Administração eletrónica, a ERC desenvolveu uma plataforma digital, disponível no endereço <https://transparencia.erc.pt> desde 11 de abril de 2016, através da qual todos os regulados passaram a comunicar os dados e informações previstas na Lei e no Regulamento ERC citados.

A conceptualização do desenho e funcionalidades desta ferramenta digital assentou numa interpretação e desagregação das disposições legais, conduzindo a uma organização por áreas de reporte, com vista a tornar a comunicação mais simples e eficaz. Numa palavra, deu-se forma prática aos normativos legais, executando-os no âmbito das funções regulatórias. A Plataforma estrutura-se, assim, em seis zonas distintas:

- ✓ Caracterização da entidade;
- ✓ Composição da entidade;
- ✓ Estrutura do capital social/ participações sociais
- ✓ Órgão(s) de comunicação social
- ✓ Caracterização financeira
- ✓ Governo societário

---

<sup>8</sup> Por uma questão de sistematização e legibilidade, bem como para maior facilidade dos regulados, o Conselho Regulador da ERC optou por condensar num só regulamento os atos normativos previstos nos referidos artigos.

## TRANSPARÊNCIA DOS MEDIA

[Legislação](#)

[Manual de utilização da Plataforma](#)

[Perguntas & Respostas](#)

[Relatório de consulta pública](#)

[Glossário](#)

[Sessão pública de esclarecimento](#)

[Contactos](#)



As informações comunicadas pelos regulados são armazenadas de modo categorizado numa base de dados que permite a respetiva análise e tratamento agregado, na forma de relatórios e de estudos que contribuam para o conhecimento do setor em diferentes vertentes, aprofundando a dimensão de titularidade, económico-financeira e editorial. Como referido, estes elementos poderão também concorrer para prossecução dos objetivos regulatórios.

Ainda que o legislador ordinário não tenha avançado com um normativo legal que no seu todo consumisse todas as obrigações registrais, de titularidade, de gestão e de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social, o impulso tecnológico avançado pela ERC com a criação da Plataforma Digital da Transparência constituiu um muito desejado avanço no conhecimento da localização, do tipo, da composição social/orgânica, da estrutura do capital social, da titularidade, dos principais fluxos financeiros para a gestão das entidades obrigadas a ter contabilidade organizada, da sua robustez financeira, dos seus principais financiadores, dos seus objetivos de orientação editorial e de conteúdos, de todas as entidades que prosseguem atividades de comunicação social em Portugal.

### 3. Exceções ao carácter público da informação

Importa, primeiramente, esclarecer que a Plataforma Digital da Transparência criada pela ERC está devidamente registada na Comissão Nacional de Proteção de Dados (CNPD), pelo que quaisquer dúvidas sobre a transmissão e comunicação de dados pessoais está devidamente acautelada. Na qualidade de entidade responsável pela gestão desta Plataforma, a ERC respeita a legislação aplicável e as melhores práticas no domínio da segurança, privacidade e proteção dos dados pessoais registados pelos utilizadores.

A título ilustrativo, são considerados pela CNPD como dados «sensíveis» o telefone, telemóvel, profissão, morada e outros dados de natureza pessoal que, por exemplo, poderão ser indicados na Estrutura do Capital Social/ Participações Sociais quando uma associação ou uma cooperativa comunica à ERC, por inserção de ficheiro, a identificação de todos os seus associados ou cooperadores. Ou, quando, no Relatório do Governo Societário, são comunicados dados pessoais relativos a percursos académicos ou até contatos de correio eletrónico, entre outros.

Tendo em conta a comunicação de elementos que, não caindo na exceção da lei de proteção de dados, possam, eles mesmos, revestir-se de natureza confidencial, em função da avaliação levada a cabo pelo regulado abrangido pelas disposições legais da transparência, o regulado pode solicitar por escrito que seja mantida a confidencialidade de um conjunto de informação, apresentando a respetiva fundamentação. A ERC prevê avaliar todos os pedidos de confidencialidade acerca de parte da informação transmitida no cumprimento dos artigos 3.º, n.º 1, 5.º e 16.º, da Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, de forma a que os dados apresentados sejam excecionados do acesso público.

Nestes termos, os regulados deverão justificar as razões que os assistem para que a ERC possa analisar e considerar que “*fundamentais interesses dos interessados*” justificam a exceção à disponibilização pública. Até à presente data, a ERC recebeu mais de meia centena de pedidos de confidencialidade com justificação agregada. Em mais de 95% dos casos solicita-se, pois, confidencialidade sobre a caracterização financeira no seu todo ou, especificamente, a relativa a Clientes Relevantes, Detentores Relevantes do Passivo, Participações Qualificadas, e Relatório Anual do Governo Societário.

Mas debruçemo-nos sobre os normativos legais em causa.

Lei n.º 78/2015, de 29 de julho:

#### **Artigo 6.º**

##### ***Disponibilização pública da informação***

*1 - A informação transmitida à ERC nos termos do n.º 1 do artigo 3.º, do artigo 5.º e do artigo 16.º é de acesso público, exceto nos casos em que a ERC entenda que interesses fundamentais dos interessados justificam exceções a esse princípio.*

*2 - A ERC disponibiliza essa informação através do seu sítio eletrónico oficial, através de uma base de dados, de fácil acesso e consulta, especialmente criada para o efeito.*

*[...]*

A informação que deverá ser de acesso público é a prevista nos artigos seguintes:

#### **Artigo 3.º**

##### ***Transparência da titularidade e da gestão***

*1 - A relação dos titulares por conta própria ou por conta de outrem, e usufrutuários de participações no capital social das entidades que prosseguem atividades de comunicação social, juntamente com a composição dos seus órgãos sociais, assim como a identificação do responsável pela orientação editorial e supervisão dos conteúdos difundidos, é comunicada à ERC pelas entidades referidas no n.º 1 do artigo 2.º, sem prejuízo da observância do disposto no artigo 16.º quando aplicável.*

#### **Artigo 5.º**

##### ***Transparência dos principais meios de financiamento***

*1 - É ainda comunicada à ERC a informação relativa aos principais fluxos financeiros para a gestão das entidades abrangidas pela presente lei, em termos a definir em regulamento da ERC, que fixa a natureza dos dados a transmitir e a periodicidade da obrigação de informação.*

*2 - Esta obrigação é apenas aplicável às entidades que estejam obrigadas a ter contabilidade organizada de acordo com o normativo contabilístico aplicável ou por força de outras disposições legais em vigor.*

*3 - Esta obrigação deve incluir a relação das pessoas individuais ou coletivas que tenham, por qualquer meio, individualmente contribuído em, pelo menos, mais de 10 % para os rendimentos apurados nas contas de cada uma daquelas entidades ou que sejam titulares de créditos suscetíveis de lhes atribuir uma influência relevante sobre a empresa, nos termos a definir no regulamento da ERC.*

4 - No caso de as informações a solicitar pela ERC consistirem em informações já na posse da administração ou outro organismo público, as entidades ficam dispensadas de as comunicar desde que consintam na sua transmissão à ERC pelos serviços que as detenham, nomeadamente no caso das contas do exercício.

#### **Artigo 16.º**

##### **Relatório anual de governo societário**

1 - As entidades referidas no n.º 1 do artigo 2.º que, sob forma societária, prossigam atividades de comunicação social, devem anualmente elaborar e enviar à ERC, até 30 de abril de cada ano, um relatório com informação verídica, completa, objetiva e atual sobre as estruturas e práticas de governo societário por si adotadas.

2 - As informações a incluir no relatório serão definidas em regulamento da ERC, devendo, nomeadamente, conter: a titularidade dos órgãos sociais e atividades profissionais paralelas; os mecanismos relevantes de garantia de independência em matéria editorial; a existência e descrição dos sistemas de controlo interno e comunicação de irregularidades quanto ao controlo dos meios de financiamento obtidos.

Por outro lado, e afastando desta reflexão os dados que à partida são confidenciais tal como mencionado *supra*, não deixa de ser pertinente perceber de que forma a divulgação pública da informação comunicada na Plataforma da Transparência e que os regulados pedem confidencialidade não comporta ela mesma a publicidade de indicadores que já são reportados publicamente. Por exemplo, a obrigatoriedade de comunicação dos indicadores financeiros na Comissão de Mercado de Valores Mobiliários (CMVM), e a sua consulta por parte de um qualquer interessado, derroga qualquer argumentação de que a execução da Lei através da comunicação dos dados na Plataforma da Transparência e depois, com o acesso público à mesma através do futuro Portal da Transparência, constituiria uma violação daquilo que seria exigido no âmbito das obrigações de reporte junto da CMVM. Referimo-nos ao reporte das demonstrações financeiras consolidadas de determinadas sociedades comerciais, nomeadamente sociedades anónimas e / ou grupos constituídos por *holdings* e todas as suas subsidiárias junto dos organismos oficiais.

Primeiramente recordemos o previsto no artigo 5.º da Lei e no Regulamento – ERC, nomeadamente, “*Ea) a relação de pessoas singulares ou coletivas que representem mais de 10% dos rendimentos totais, indicando a respetiva percentagem e rúbricas a que se referem; b) a relação de pessoas singulares ou coletivas que representem mais de 10% da soma do montante total de passivos no balanço e os passivos contingentes com impacto material nas decisões económicas, indicando a respetiva percentagem e as rúbricas a que se referem E*”. Tal é aplicável a todas as entidades que detêm um ou mais órgãos de comunicação social e que se encontrem nesta situação jurídico-financeira. Trata-se de forma igual situações iguais no estrito cumprimento do princípio da igualdade.

Várias foram, também, as iniciativas de se alegar que as informações em causa, acima indicadas nas alíneas a) e b), não constam das informações financeiras das contas da sociedade. Na verdade, reconhecemos que essas informações podem não constar das contas da sociedade por que tal não é exigido ao nível do Sistema de Normalização Contabilística em vigor. E, em abono da verdade, tais informações não constam do reporte financeiro / contabilístico obrigatório junto da CMVM. Todavia, tais indicadores financeiros são conhecidos das sociedades comerciais e podem ser reportadas quando exigido. Aliás, não existe nenhum impedimento por parte da CMVM em que o reporte financeiro que é feito inclua os dados agora solicitados pelo Regulator no cumprimento da Lei.

Perante a invocação de que um qualquer direito fundamental está a ser ou está em vias de ser atingido, bem como a descrição da factualidade que sustenta essa invocação, todos os caminhos de aferição da existência do direito, do respeito que lhe é devido, da afronta que



alegadamente lhe está ou possa vir a ser feita, da prevenção da ofensa que aí vem e pode ser evitada ou da reparação do danos, deverão ser claramente demonstradas por aqueles que pedem ou alegam confidencialidade do seu reporte financeiro na Plataforma Digital.

No conflito entre o direito de informar e ser informado e a liberdade de empresa é preciso não perder de vista que economia, propriedade, iniciativa privada, liberdade empresarial devem estar ao serviço dos cidadãos. Tais princípios e a execução dos mesmos deverão potenciar-se e integrar-se sempre no respeito e no interesse dos cidadãos, e não o contrário.

Não basta a alegação vaga da possibilidade de haver um sacrifício do direito à livre iniciativa empresarial, tomada aqui em sentido amplo, em prol de um direito prevalecente que seria o direito à informação, aqui também tomado em sentido amplo. É necessária a alegação e a prova dos factos que sustentam a afirmação, em concreto. Perceber a proporção e a adequação do sacrifício para se saber como limitar e o que limitar em prol do outro princípio sacrificado. Querer limitar o normativo constitucional da transparência impõe, parece-nos, uma descrição da factualidade que constitui a agressão aos princípios, legítimos que se visam acautelar, devendo aquela ser devidamente esclarecedora em termos fatuais, causais e de dano.

Na verdade, as informações solicitadas constituem dados financeiros das sociedades comerciais em causa e de todas as suas subsidiárias, quando existam. E, no cumprimento do artigo 81.º da CRP, pretende-se, pois, também aqui no domínio da comunicação social, *“assegurar o funcionamento eficiente dos mercados, de modo a garantir a equilibrada concorrência entre empresas, a contrariar as formas de organização monopolista e a reprimir os abusos de posição dominante e outras práticas do interesse geral”*.

Já em em 11 de junho de 1992, o Parlamento Europeu havia aprovado uma resolução na qual mencionava que *“o pluralismo é posto em risco quando uma só pessoa ou empresa controla um número importante de meios de comunicação social num determinado perímetro de difusão, pois assim são diminuídas a autonomia e independência relativa aos meios de comunicação social”*, incitando os Estados-membros a assumir a responsabilidade *“pela garantia e desenvolvimento do pluralismo dos meios de comunicação social”* e pela *“criação das condições necessárias ao exercício do direito à informação e ao pluralismo”*, mais se tendo recomendado aos Estados, já desde essa data, para que se *“ainda não possuem legislação específica relativa às operações de concentração no domínio da imprensa e do audiovisual criarem esse instrumento o mais rapidamente possível”*.

Por conseguinte, a Entidade Reguladora encontra-se a dar cumprimento a esse desiderato executando a Lei e o Regulamento ERC. Tornar pública a informação, salvo exceções, constitui a figura última da eficiência e prevenção de práticas anti-competitivas no mercado da comunicação social. Permite ainda sinalizar conflitos de interesse que possam comprometer a independência da atividade de comunicação social e concorre para a defesa do pluralismo mediático enquanto execução dos desígnios constitucionais. E, ainda, especificando, é a própria Lei que define, no seu artigo 5.º, a transparência dos principais meios de financiamento, quando estabelece, no seu n.º 3, que a obrigação de reporte informativo contabilístico/financeiro deve incluir a relação das pessoas individuais ou coletivas que tenham, por qualquer meio, individualmente contribuído em, pelo menos, mais de 10% para os rendimentos apurados das contas de cada uma das entidades abrangidas pela Lei ou que sejam titulares de créditos suscetíveis de lhes atribuir uma influência relevante sobre a empresa, nos termos a definir, também, em regulamento da ERC. Alega-se, muitas vezes, que parte da informação solicitada constitui *“informação de negócio sigilosa”*. A ERC é sensível a este argumento por que o mesmo constitui a decorrência da uma proteção constitucional igualmente consagrada.

Questiona-se, pois, legitimamente, se deverão existir restrições ou compressões ao direito de livre acesso a determinadas informações financeiras numa clara execução do corolário maior de livre acesso a informações da Administração Pública, em sentido amplo, e, por outro lado, dos direitos, também com assento constitucional, de propriedade (intelectual, comercial, industrial), de iniciativa económica e de livre concorrência.

Contemplam-se, assim, na nossa ordem jurídica limitações exigíveis para proteção da propriedade intelectual, de segredos comerciais e industriais, de dados confidenciais sobre a vida interna das pessoas coletivas, entre outros. O objetivo é prevenir a violação dos princípios da sã concorrência, proteger a confidencialidade dos negócios privados e evitar a difusão de informações prejudiciais aos interesses comerciais e ao crédito das empresas, bem como informações no domínio das estratégias ou operações comerciais ou de marketing, dados estatísticos confidenciais como os relativos a penetração no terreno ou no mercado, processos técnicos de fabrico (*know-how*), ficheiros de clientes, dados relativos a pesquisas e trabalhos de investigação, patentes, entre outros.

Constituindo o princípio da transparência uma das formas mais eficazes de realizar a defesa do pluralismo, denunciando ou prevenindo concentrações de mercado, cumpre, em conclusão, realçar que o citado princípio constitui, por si só, uma restrição à liberdade de empresa privada, pelo que a sua execução no âmbito das decisões regulatórias de execução da Lei não deve ser excessiva nem desproporcionada.

Urge perceber se as regras da concorrência são suscetíveis de proteger efetivamente o mercado dos media, no que se refere às práticas concorrenciais, ou se a intervenção do Regulador é essencial para definir, por exemplo, aquilo que se possa considerar mercado relevante para efeitos de uma concorrência sadia e pública do mercado da comunicação social.

Há que ter em atenção a eficiência e prevenção das práticas anti-competitivas no mercado da comunicação social que colocam em causa o pluralismo mediático enquanto desígnios constitucionais. E, por outro lado, tornar claro aos olhos do Regulador e da sociedade em geral, se ao se decidir pelo deferimento de um pedido de confidencialidade quanto a determinados dados financeiros não se está, assim, a pôr em causa as regras gerais da concorrência, comprometendo a jusante o próprio mercado.

No que concerne à Constituição da República Portuguesa constatamos a consagração expressa dos princípios da transparência e do controlo da concentração económica, restrições constitucionais expressas às liberdades económicas de iniciativa de empresa e propriedade privada, as quais, pese a sua não consagração formal como direitos, liberdades e garantias, revestem, consensualmente, a natureza de direitos fundamentais de natureza análoga, equiparáveis aos direitos, liberdades e garantias, estando por isso mesmo sujeitos ao mesmo regime de proteção constitucional.

Um dos pilares da democracia é a liberdade de informação, encarada sob o prisma do direito de a transmitir e do direito de a ela aceder. A sua efetivação legal e o seu acatamento e defesa pelo poder instituído é essencial para a formação e manutenção de uma sociedade democrática. E o mesmo se aplica à formação de um mercado livre e que se autorregula pelos princípios da autonomia privada e da livre concorrência.

Importa, pois, deixar à consideração do mercado e dos organismos próprios de controlo a transparência dos dados de natureza financeira que alguns regulados consideram de conhecimento excessivo face aos seus interesses. Mas, impõe-se dar cumprimento ao desiderato constitucional previsto pelo legislador na Lei em vigor, dando a conhecer a titularidade e gestão e os meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de

comunicação social, protegendo-se, assim, a liberdade, pluralismo e diversidade de expressão e salvaguarda da independência editorial perante os poderes político e económico.

#### 4. Análise das informações comunicadas no Portal da Transparência

Neste ponto apresenta-se uma visão panorâmica dos elementos comunicados pelos regulados na Plataforma da Transparência, perspetivada a partir de três vertentes distintas:

- ✓ Características genéricas das entidades registadas na Plataforma Digital da Transparência;
- ✓ Análise agregada das entidades que reportaram indicadores financeiros relativos à atividade de comunicação social;
- ✓ Aprofundamento das relações transversais de titularidade de algumas empresas de media nacionais de maior dimensão.

Previamente, deverá proceder-se a algumas salvaguardas metodológicas, para fundamentar o carácter ainda exploratório da sua exposição.

O setor da comunicação social em Portugal é dinâmico, com permanentes alterações que afetam o universo de entidades que prosseguem atividades de comunicação social, bem como de órgãos de comunicação social ativos.

Deste modo, o retrato que se propõe traçar está necessariamente ancorado a um referente temporal, tendo os dados sido extraídos a 23 de junho de 2017.

Além disso, atendendo ao elevado número de entidades e órgãos de comunicação social registados na ERC, à amplitude e diversidade dos dados a comunicar e à própria novidade da lei<sup>9</sup>, o processo de execução destas obrigações legais por parte da ERC está ainda em fase de consolidação. De modo operativo, volvido o segundo período de reporte anual de dados financeiros e de apresentação do relatório de governo societário, relativos ao exercício de 2016, torna-se necessário proceder a nova verificação das informações comunicadas, para assegurar a respetiva suficiência à luz das obrigações legais. É natural que surjam algumas modificações dos dados decorrentes desta verificação.

Os dados apresentados neste subponto dizem respeito a entidades que **detêm diretamente** órgãos de comunicação social, aquelas que se registam, em primeira instância, na Plataforma Digital da Transparência. Designamos estas entidades de «entidades-base».

É a este nível que são comunicados os titulares de órgãos sociais, os dados financeiros, relatórios de governo societário e a titularidade direta das participações sociais. É também a partir deste nível que são reconstituídas cadeias de titularidade indireta, quando estão em causa «participações qualificadas», ou seja, iguais ou superiores a 5% no capital social das entidades que diretamente detêm órgãos de comunicação social. A lógica de grupos de media que agrega participações de várias entidades que detêm diretamente OCS, é explorada no ponto 4.3.

---

<sup>9</sup> Desde a entrada em vigor da Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, e, em particular, desde a disponibilização da Plataforma da Transparência, a ERC esteve em permanente contacto com os regulados e suas associações representativas no esclarecimento de dúvidas e acompanhamento da utilização daquela ferramenta digital. Para o efeito, disponibilizou uma linha telefónica e um endereço de correio eletrónico.

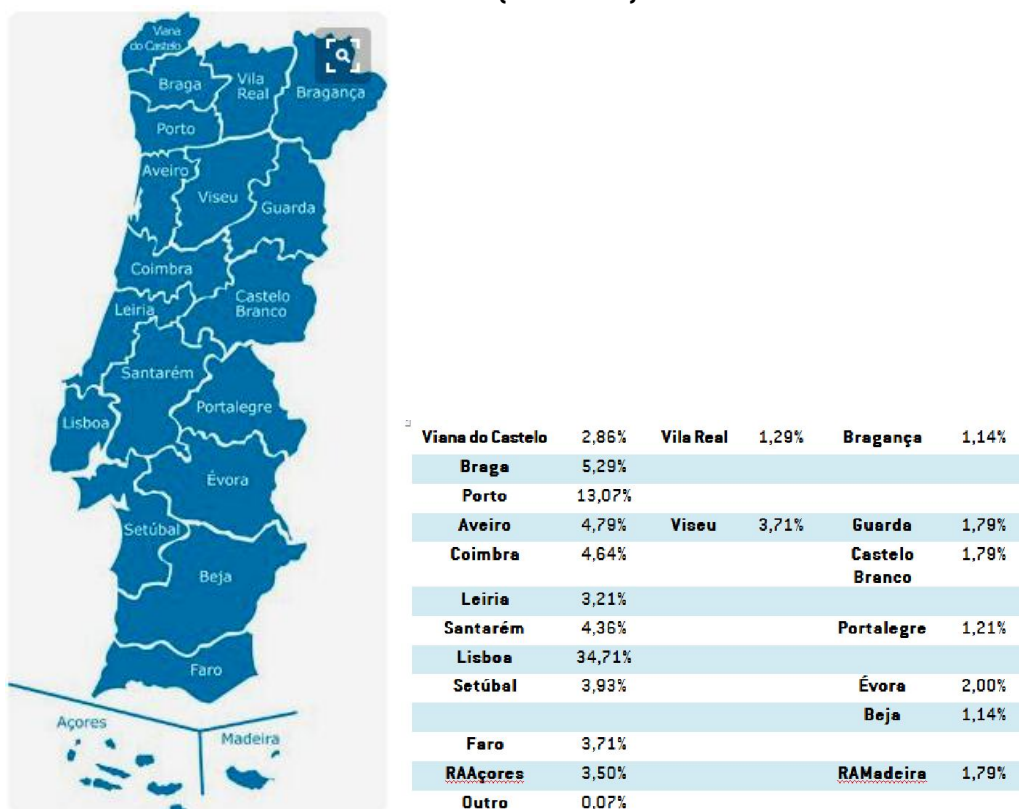
#### 4.1 Características genéricas das entidades registadas na Plataforma Digital da Transparência

Fazendo um ponto de situação do reporte à ERC até 23 de junho de 2017, estavam registadas na Plataforma da Transparência 1.417 entidades que prosseguem atividades de comunicação social, que detinham diretamente 1.773 órgãos de comunicação social.

Um total de 82,36% destas entidades são pessoas coletivas e as demais consistem em pessoas singulares, detendo estas últimas publicações periódicas ou serviços de rádio e de televisão distribuídos exclusivamente pela Internet, os únicos tipos de OCS que podem ser detidos por singulares.

Os distritos do litoral, com destaque para Lisboa (34,71%) e Porto (13,07%), concentram o maior número de entidades registadas na Plataforma da Transparência. Em sentido contrário, Bragança e Beja correspondem aos distritos com menor número de entidades registadas (1,14% cada). Um total de 5,29% das entidades está sediado nas Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira. Uma única entidade-base registada tem sede noutro país.

**Figura 4: Distribuição por distrito das entidades registadas na Plataforma Digital da Transparência (23.06.2017)**



Fonte: Plataforma Digital da Transparência

As sociedades por quotas constituem o principal tipo de pessoas coletivas registadas (29,22%), seguindo-se as associações (16,58%), as sociedades unipessoais por quotas (8,19%), as sociedades anónimas (7,97%), as cooperativas (6,92%) e as entidades religiosas (6,00%) que, sobretudo, em fábricas de igreja. Portanto, numa caracterização do «tipo de sociedade», predominam as sociedades comerciais como figuras jurídicas das entidades que prosseguem atividades de comunicação social (45,52%), seguindo-se as pessoas singulares (17,64%). As principais pessoas coletivas de forma não societária são as associações e cooperativas (23,5%, somadas). As demais figuras jurídicas são residuais.

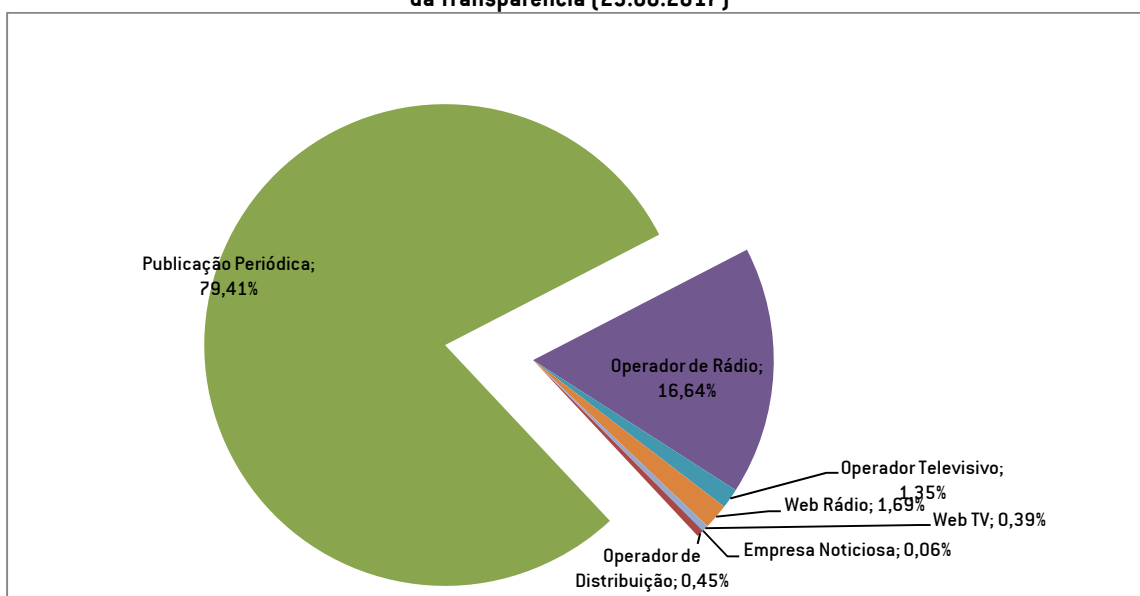
**Figura 5: Distribuição por «tipo de sociedade» das entidades registadas na Plataforma Digital da Transparência (23.06.2017)**

«Tipo de Sociedade»	N.º	%
Sociedade por quotas	414	29,22%
Associação	235	16,58%
Sociedade unipessoal por quotas	116	8,19%
Sociedade anónima	113	7,97%
Cooperativa	98	6,92%
Entidade religiosa	85	6,00%
Instituição Particular de Solidariedade Social	27	1,91%
Fundação	18	1,27%
Ordem profissional	8	0,56%
Federação	4	0,28%
Partido político	4	0,28%
Sindicato/organização sindical	4	0,28%
Sociedades irregulares	2	0,14%
Pessoas coletivas de direito público (com exceção do setor empresarial do Estado)	2	0,14%
Instituto	1	0,07%
Outras	36	2,54%
Pessoas singulares	250	17,64%
<b>Total</b>	<b>1417</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Plataforma Digital da Transparência

As publicações periódicas são o principal tipo de órgão de comunicação social detido pelas entidades registadas na Plataforma da Transparência (79,41%), o que não é surpreendente, uma vez que correspondem também, como visto em cima, ao maior número de órgãos de comunicação social regulados pela ERC. Seguem-se as entidades que detêm operadores de rádio (16,64%). É mais residual a associação a operadores de televisão (1,35%), web rádios e web TV (2,08%), operadores de distribuição (0,45%) e empresas noticiosas (0,06%).

**Figura 6: Tipo de OCS detidos pelas entidades (pessoas coletivas e singulares) registadas na Plataforma Digital da Transparência (23.06.2017)**

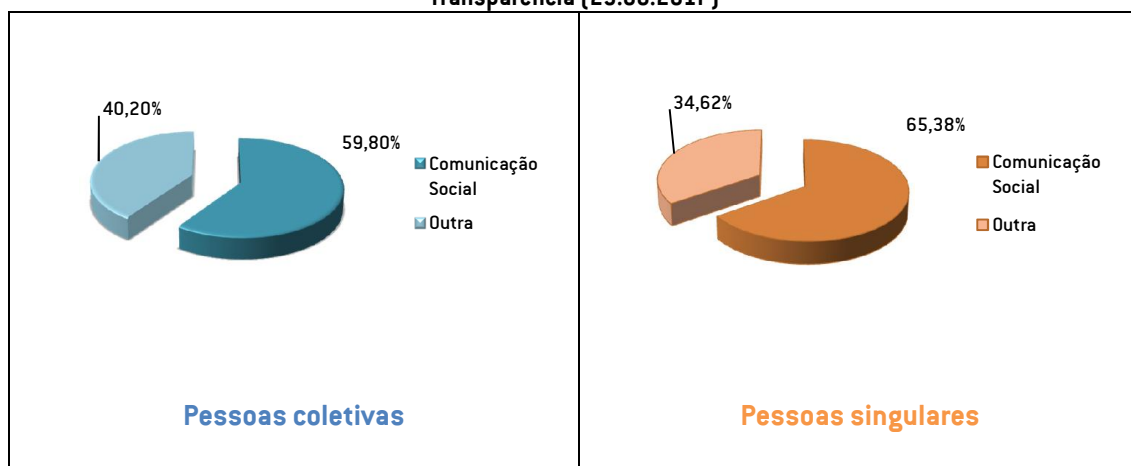


Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Como referido em cima, o âmbito de aplicação da lei é maximalista, no sentido em que não segmenta as entidades que têm a comunicação social como atividade principal. Na caracterização da entidade, a Plataforma disponibiliza uma opção que permite esclarecer se a atividade principal é a «comunicação social» ou «outra». Adicionalmente, as entidades com contabilidade organizada cuja atividade principal é «outra» poderão comunicar os dados financeiros apenas relativos à atividade de comunicação social se lhes for possível a sua desagregação.

Assim, os dados inseridos na Plataforma permitem-nos indicar que 59,80% das pessoas coletivas registadas têm como atividade principal a comunicação social. No que se refere às pessoas singulares, esse valor sobe para 65,38%.

**Figura 7: Atividade principal das entidades (pessoas coletivas e singulares) registadas na Plataforma Digital da Transparência (23.06.2017)**



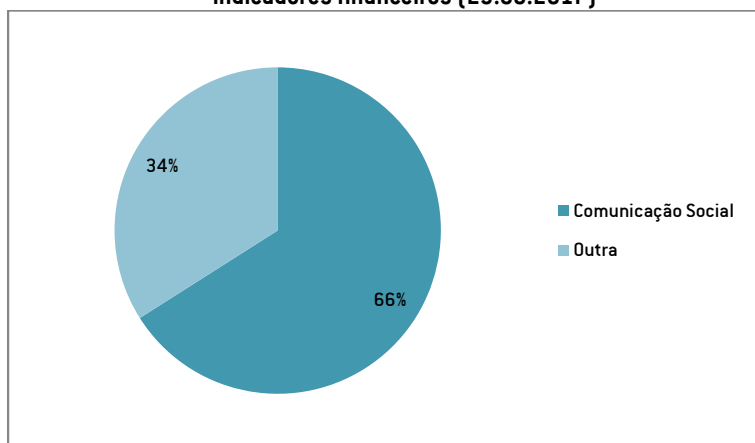
Fonte: Plataforma Digital da Transparência

#### 4.2 Análise agregada das entidades que reportaram indicadores financeiros relativos à atividade de comunicação social

O presente subponto tem como universo as entidades que reportaram dados financeiros relativos à atividade de comunicação social, sejam entidades nas quais a comunicação social é a atividade principal, sejam aquelas cuja atividade principal não é a comunicação social mas, no reporte dos dados financeiros, puderam segmentar os valores referentes a esta atividade. A opção por esta desagregação representa a assunção de um patamar mínimo de orientação para a vertente de negócio da comunicação social, o que em nada belisca o reconhecimento do papel fundamental desempenhado pelas demais entidades na informação de comunidades e de públicos específicos.

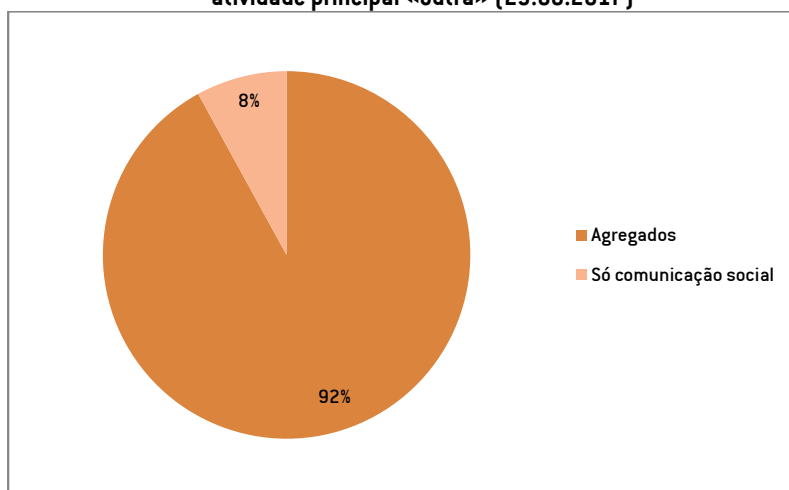
Assim, um total de 66% das entidades que reportaram informação financeira na Plataforma da Transparência têm como objeto principal a comunicação social, referindo-se os restantes 34% a entidades que têm como principal atividade outra que não a comunicação social. Destas últimas, apenas 8% conseguiram autonomizar, para efeitos de reporte financeiro, a atividade de comunicação social. As restantes 92% comunicaram indicadores financeiros para a sua atividade consolidada.

**Figura 8: Atividade principal das entidades registadas na Plataforma Digital da Transparência que comunicaram indicadores financeiros (23.06.2017)**



Fonte: Plataforma Digital da Transparência

**Figura 9: Natureza dos dados financeiros das entidades (pessoas coletivas e singulares) que têm como atividade principal «outra» (23.06.2017)**

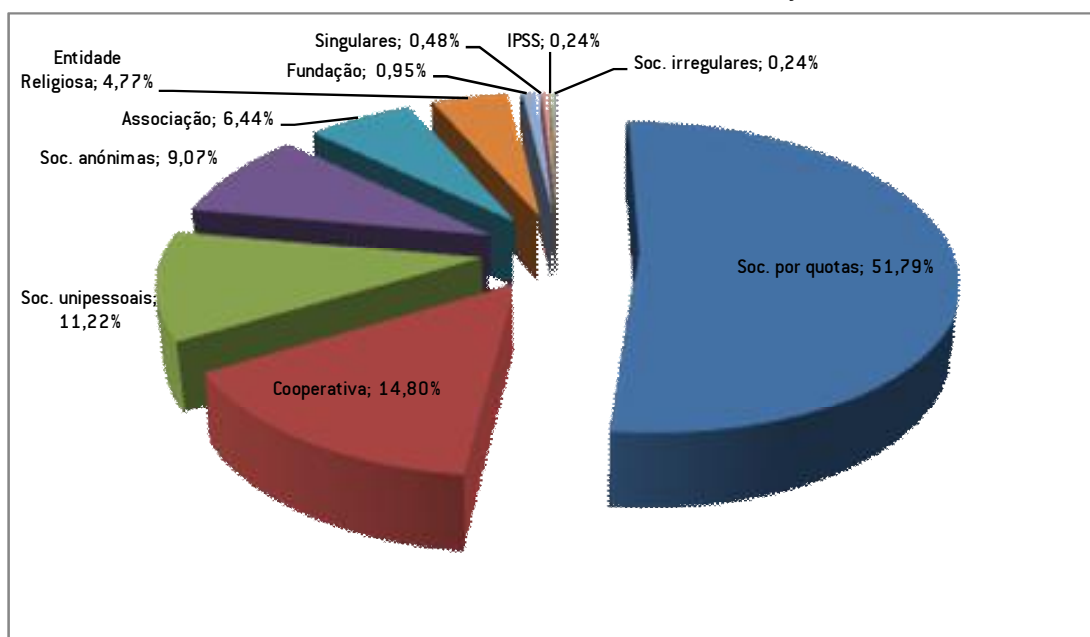


Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Procedendo a uma caracterização por «tipo de sociedade», constata-se algumas alterações em comparação com a distribuição geral vista no ponto anterior. Em primeiro lugar, verifica-se uma menor diversificação dos «tipo sociedades» e uma concentração nas sociedades por quotas (51,79%) e, a maior distância, nas cooperativas (14,80%). As associações passam a representar apenas 6,44% e as pessoas singulares praticamente desaparecem (0,48%).

Numa vertente mais orientada para o negócio, predominam as sociedades comerciais (72,32%). As principais pessoas coletivas não societárias são cooperativas e associações que, somadas, têm um peso de 21,24%.

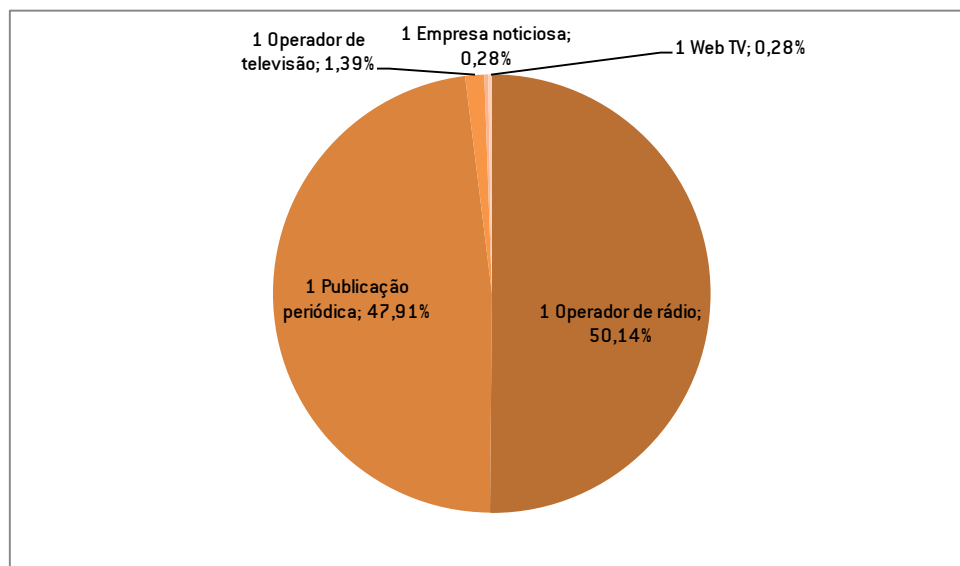
**Figura 10: «Tipo de sociedade» das entidades registadas na Plataforma Digital da Transparência que comunicaram dados financeiros relativos à atividade de comunicação social (23.06.2017)**



Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Das entidades que comunicaram indicadores financeiros relativos à atividade de comunicação social, a grande maioria, 86,09%, detêm um único órgão de comunicação social. Desde subgrupo, a maioria detêm um operador de rádio (50,14%) ou uma publicação periódica (47,91%), sendo residuais as entidades que detêm um operador de televisão, uma empresa noticiosa ou uma Web TV.

**Figura 11: Entidades que comunicaram dados financeiros relativos à atividade de comunicação social que detêm um único órgão de comunicação social (23.06.2017)**



Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Nota: atualmente existe uma única agência noticiosa registada na ERC, a Agência Lusa, SA

Apenas 13,91% das entidades que comunicaram indicadores financeiros relativos à atividade de comunicação social detêm mais do que um órgão de comunicação social. Deste subgrupo, 67,24% das entidades são monomedia, i.e., detêm órgãos de comunicação social de um único tipo. Deverá salientar-se que apenas na área da imprensa se encontram entidades monomedia.



As restantes entidades apresentam características plurimedia, detendo órgãos de comunicação social de dois ou três tipos, em combinações variáveis, como a seguir se detalha.

**Figura 12: Entidades que comunicaram dados financeiros relativos à atividade de comunicação social que detêm mais do que um órgão de comunicação social (23.06.2017)**

Tipo e N.º de OCS	%
2 Publicações periódicas	41,38
3 Publicações periódicas	8,62
4 Publicações periódicas	3,45
5 Publicações periódicas	5,17
6 Publicações periódicas	1,72
8 Publicações periódicas	3,45
12 Publicações periódicas	1,72
18 Publicações periódicas	1,72
<b>Entidades monomédia</b>	<b>67,24</b>
1 Operador televisivo + 1 Operador de rádio	1,72
1 Operador televisivo + 10 Publicações periódicas	1,72
1 Operador de rádio + 1 Web TV	1,72
1 Operador de rádio + 1 Publicação periódica	20,69
1 Operador de rádio + 2 Publicações periódicas	1,72
1 Operador de rádio + 4 Publicações periódicas	1,72
1 Operador de rádio + 1 Web TV + 1 Publicação periódica	1,72
1 Operador de rádio + 2 Web rádio + 1 Publicação periódica	1,72
<b>Entidades plurimedia</b>	<b>32,76</b>
<b>Total</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Nos parágrafos seguintes, consideramos como categoria de análise o indicador «ativo total»<sup>10</sup>. A razão pela qual escolhemos este indicador prende-se com o facto de permitir aferir a escala das operações de uma entidade independentemente da sua saúde financeira, ou seja, independentemente de se tratar de uma empresa muito ou pouco endividada ou de as suas operações serem ou não rentáveis e gerarem ou não entradas e/ou saídas efetivas de caixa.

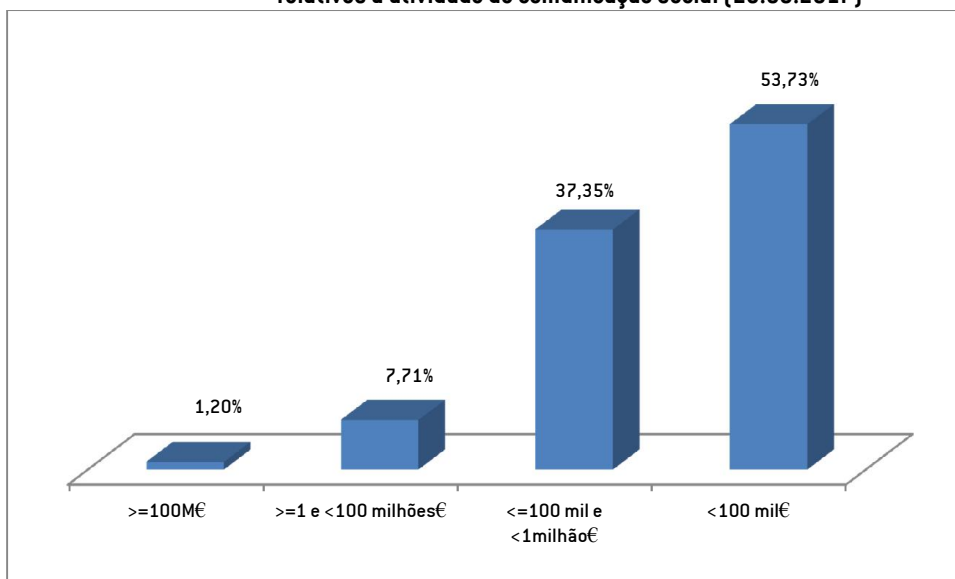
Uma análise económico-financeira mais aprofundada implica uma leitura cruzada de diferentes indicadores financeiros, sendo esta análise realizada no capítulo «Análise económico-financeira do setor de media em Portugal» do presente Relatório de Regulação, em que se utilizam várias fontes, entre as quais os dados da Plataforma da Transparência.

A análise do ativo revela uma disparidade da dimensão das entidades que reportaram indicadores financeiros relativos à atividade de comunicação social, sendo que 53% destas entidades têm um ativo inferior a 100 mil euros.

<sup>10</sup> Termo contabilístico que reflete os bens que a pessoa coletiva detém e os direitos sobre terceiros. Corresponde à soma do ativo corrente (ativos de curto prazo de uma entidade, tais como inventários, ativos biológicos, clientes, adiantamentos a fornecedores, Estado e outros entes públicos, acionistas/sócios, outras contas a receber, diferimentos, ativos financeiros detidos para negociação, outros ativos financeiros, ativos não correntes detidos para venda, caixa e depósitos bancários) e do ativo não corrente (ativos de médio e longo prazo de uma entidade, tais como ativos fixos tangíveis, propriedades de investimento, *goodwill*, ativos intangíveis, ativos biológicos, participações financeiras, acionistas e sócios, outros ativos financeiros e ativos por impostos diferidos).

As empresas de grande dimensão, com ativos superiores a 100 milhões de euros, têm bastante peso no setor. Apesar de representarem apenas 1,20% das entidades com reporte financeiro relativo à comunicação social, a soma dos seus ativos corresponde a 72% dos ativos totais reportados na Plataforma afetos à atividade de comunicação social, que ascendiam a 1.17 bilhões de euros.

**Figura 13: Dimensão por ativo das entidades com contabilidade organizada que comunicaram dados financeiros relativos à atividade de comunicação social (23.06.2017)**



Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Observando as entidades que detêm um único órgão de comunicação social, aquelas que detêm um operador televisivo apresentam, inquestionavelmente, o ativo médio mais elevado, num valor de aproximadamente 78 milhões de euros. Por comparação, as entidades que detêm um operador de rádio apresentam um ativo médio mais baixo, na ordem dos 488 mil euros. Já as entidades que detêm uma única publicação periódica exibem um ativo médio de cerca de 282 mil euros. A atividade de Web TV é aquela onde se encontra o ativo médio mais baixo, de 2.7 mil euros. O ativo correspondente a empresas noticiosas não constitui uma média porque corresponde a uma única agência noticiosa nacional, a Agência Lusa, SA.

**Figura 14: Média do ativo total das entidades que comunicaram dados financeiros relativos à atividade de comunicação social que detêm um único órgão de comunicação social (23.06.2017)**

Tipo de OCS	€
<b>1 Operador de televisão</b>	<b>77.824.459,17</b>
<b>1 Empresa noticiosa</b>	11.871.730,26
<b>1 Operador de rádio</b>	488.156,02
<b>1 Publicação periódica</b>	281.918,6
<b>1 Web TV</b>	2.702,4

Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Entre as entidades que detêm mais do que um órgão de comunicação social, sobressai a média de ativos totais das plurimedia envolvidas no segmento televisivo (média do ativo superior a 229 milhões de euros). Em contrapartida, a média do ativo das entidades plurimedia sem presença no negócio televisivo é significativamente mais baixa, situando-se nos 367 mil euros. As empresas monomedia no segmento de imprensa com mais do que uma publicação periódica apresentam uma média de ativo de 13 milhões de euros.

**Figura 15: Média do ativo das entidades (pessoas coletivas e singulares) com contabilidade organizada que comunicaram dados financeiros relativos à atividade de comunicação social que detêm mais do que um órgão de comunicação social (23.06.2017)**

Tipos de entidades com mais do que um OCS	€
Entidades monomédia (imprensa)	13.093.956,14
Entidades plurimédia (com televisão)	229.487.482,06
Entidades plurimédia (sem televisão)	367.478,84

Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Como já foi salientado, uma das novidades das informações a comunicar ao abrigo da Lei da Transparência consiste na identificação de clientes e detentores relevantes do passivo. Numa análise agregada dos clientes relevantes até ao momento reportados na plataforma (que representam mais de 10% dos rendimentos totais da entidade), observa-se uma primazia da categoria «publicidade» (64,16%), sendo mais residuais a «venda de conteúdos» e os «direitos de transmissão».

**Figura 16: Clientes relevantes das entidades (pessoas coletivas e singulares) com contabilidade organizada que comunicaram dados financeiros relativos à atividade de comunicação social (23.06.2017)**

Categorias de clientes relevantes	%
Publicidade	64,16
Venda de conteúdos	9,25
Direitos de transmissão	7,51
Indemnizações compensatórias	1,73
Outros	24,86

Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Nota: a soma destas percentagens é superior a 100% porque determinada entidade pode ter clientes relevantes em diferentes categorias

Numa análise agregada dos detentores relevantes do passivo (que representam mais de 10% dos passivos da entidade), observa-se uma distribuição pelas rúbricas «dívidas a fornecedores» (24,14%), «suprimentos» (20,69%) e «financiamentos bancários» (17,82%), não sendo também despidiendas as «dívidas perante o Estado» (13,22%).

**Figura 17: Detentores relevantes do passivo das entidades (pessoas coletivas e singulares) com contabilidade organizada que comunicaram dados financeiros relativos à atividade de comunicação social (23.06.2017)**

Categorias de detentores relevantes do passivo	%
Dívidas a fornecedores	24,14
Suprimentos	20,69
Financiamentos bancários	17,82
Dívidas perante o Estado	13,22
Financiamentos titulados como papel comercial	0,57
Garantias	0,00
Instrumentos financeiros derivados	0,00
Letras	0,00
Livranças	0,00
Obrigações ou outros afins	0,00
Outros	25,86

Fonte: Plataforma Digital da Transparência

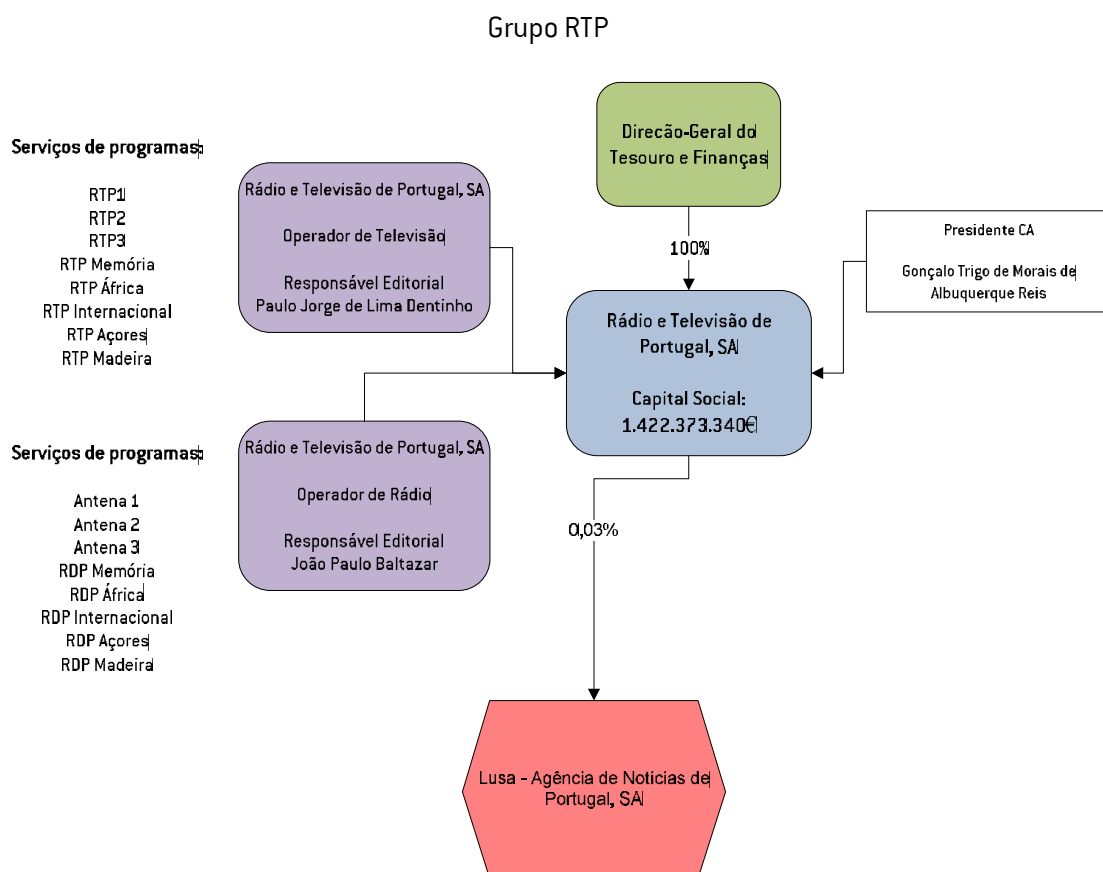
Nota: a soma destas percentagens é superior a 100% porque determinada entidade pode ter detentores relevantes de passivo em diferentes categorias

### 4.3 Aprofundamento das relações transversais de titularidade de algumas empresas de media nacionais de maior dimensão

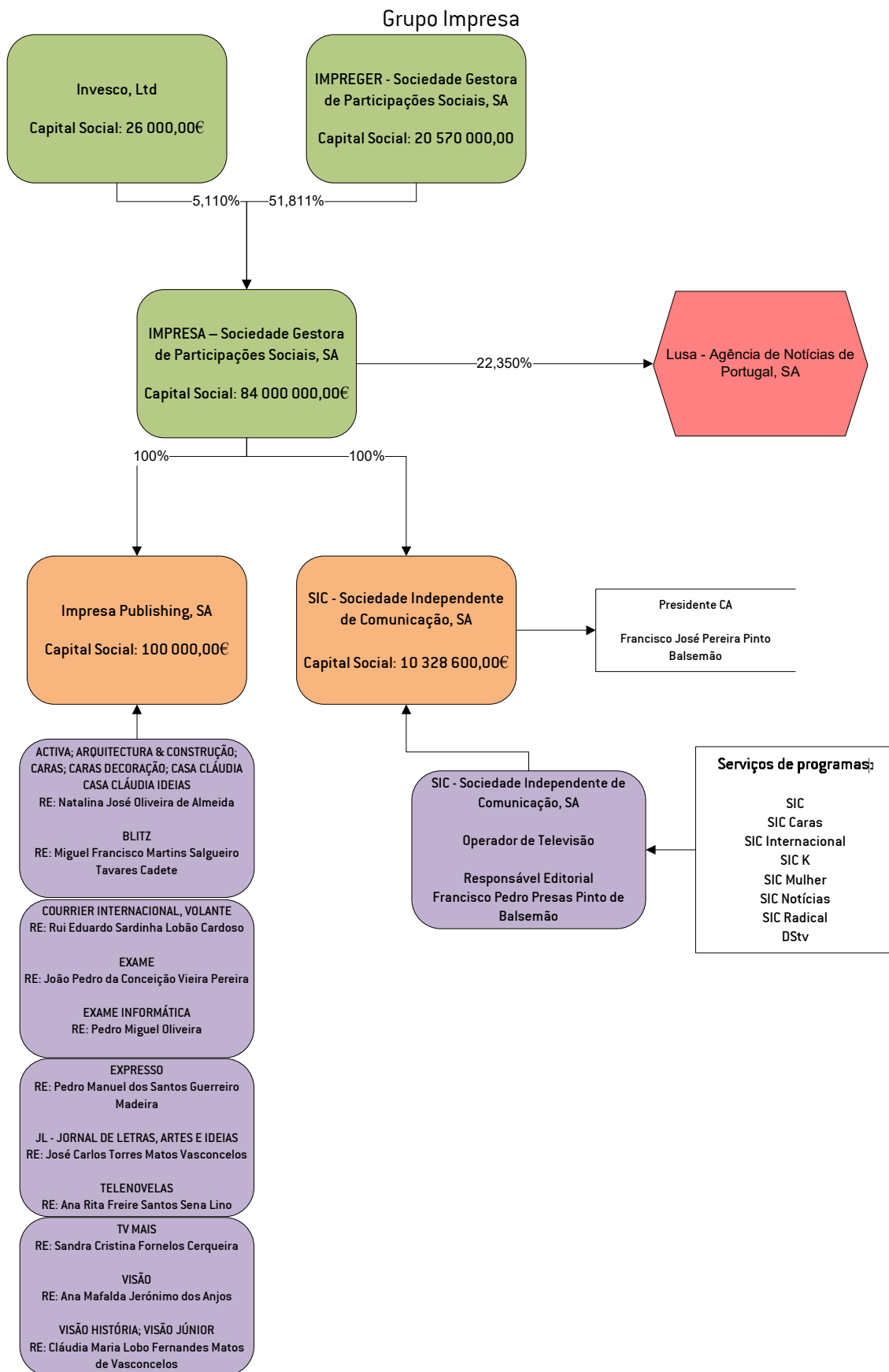
Uma das particularidades do reporte previsto na Lei da Transparência diz respeito ao detalhe da titularidade das participações sociais. Além da estrutura acionista ou de participações sociais das entidades que prosseguem diretamente atividades de comunicação social (i.e., as entidades base, aquelas que se registam na plataforma), o diploma determina que sejam sucessivamente identificados os titulares indiretos enquanto representem uma participação qualificada (>= 5%) sobre a entidade base. Deste modo, a plataforma vai construindo uma rede de relações entre entidades, sendo possível obter a visualização de ligações nem sempre óbvias – ou mais subtis – entre participantes e participados, daí resultando uma perceção mais real da posição ocupada num determinado mercado por uma empresa ou grupo de empresas.

Os diagramas que apresentamos em seguida foram construídos exclusivamente a partir da informação, armazenada na plataforma, comunicada pelas «empresas-base». Procedeu-se a uma reconstituição dos titulares diretos e indiretos das participações associadas a essas «empresas-base» e à identificação dos OCS por si detidos. Deverá referir-se que estas «empresas-base» foram selecionadas atendendo à sua relevância no mercado português e não se ignora que integram alguns dos principais grupos de comunicação social.

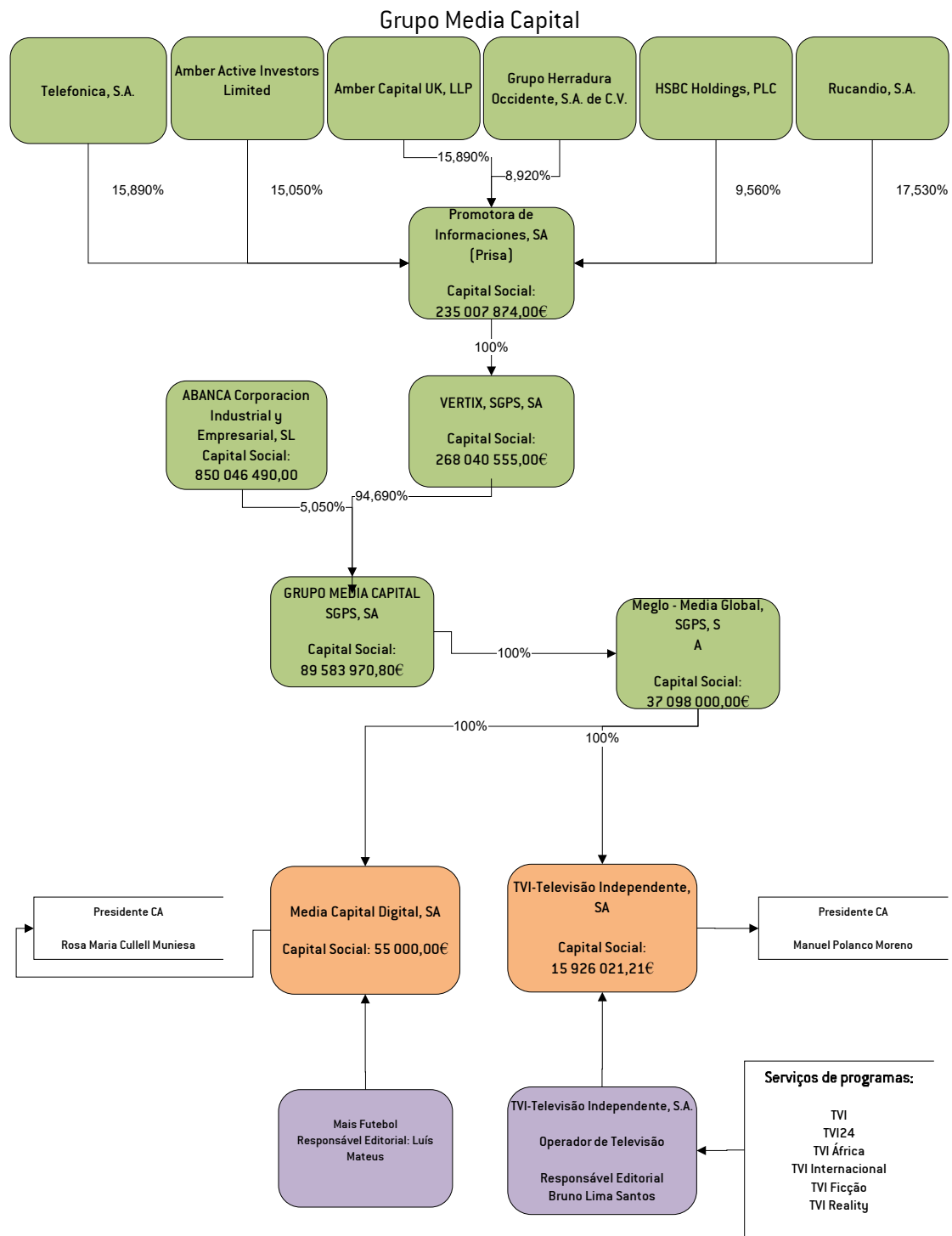
Esta modalidade de análise poderá ser aplicada a qualquer das entidades já registadas na plataforma, de acordo com a informação disponível sobre as mesmas.



Fonte: Plataforma Digital da Transparência (23.06.2017)

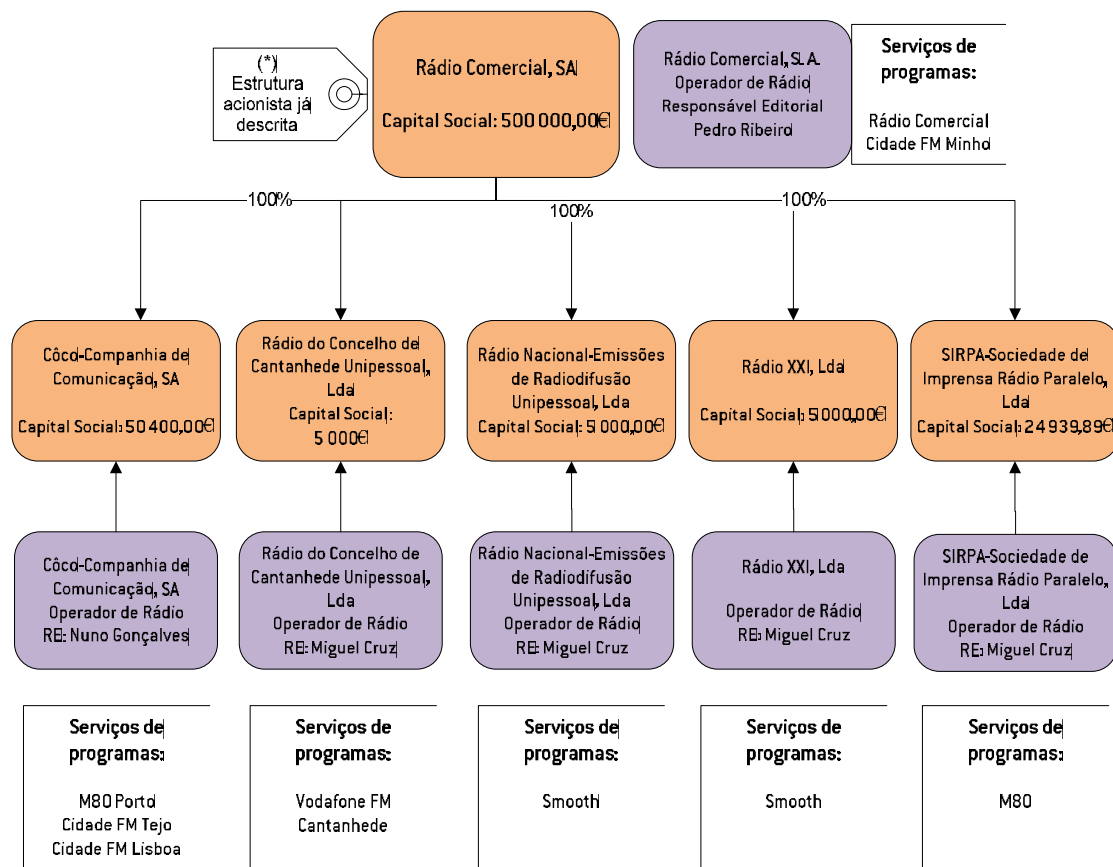


Fonte: Plataforma Digital da Transparência (23.06.2017)



Fonte: Plataforma Digital da Transparência [23.06.2017]

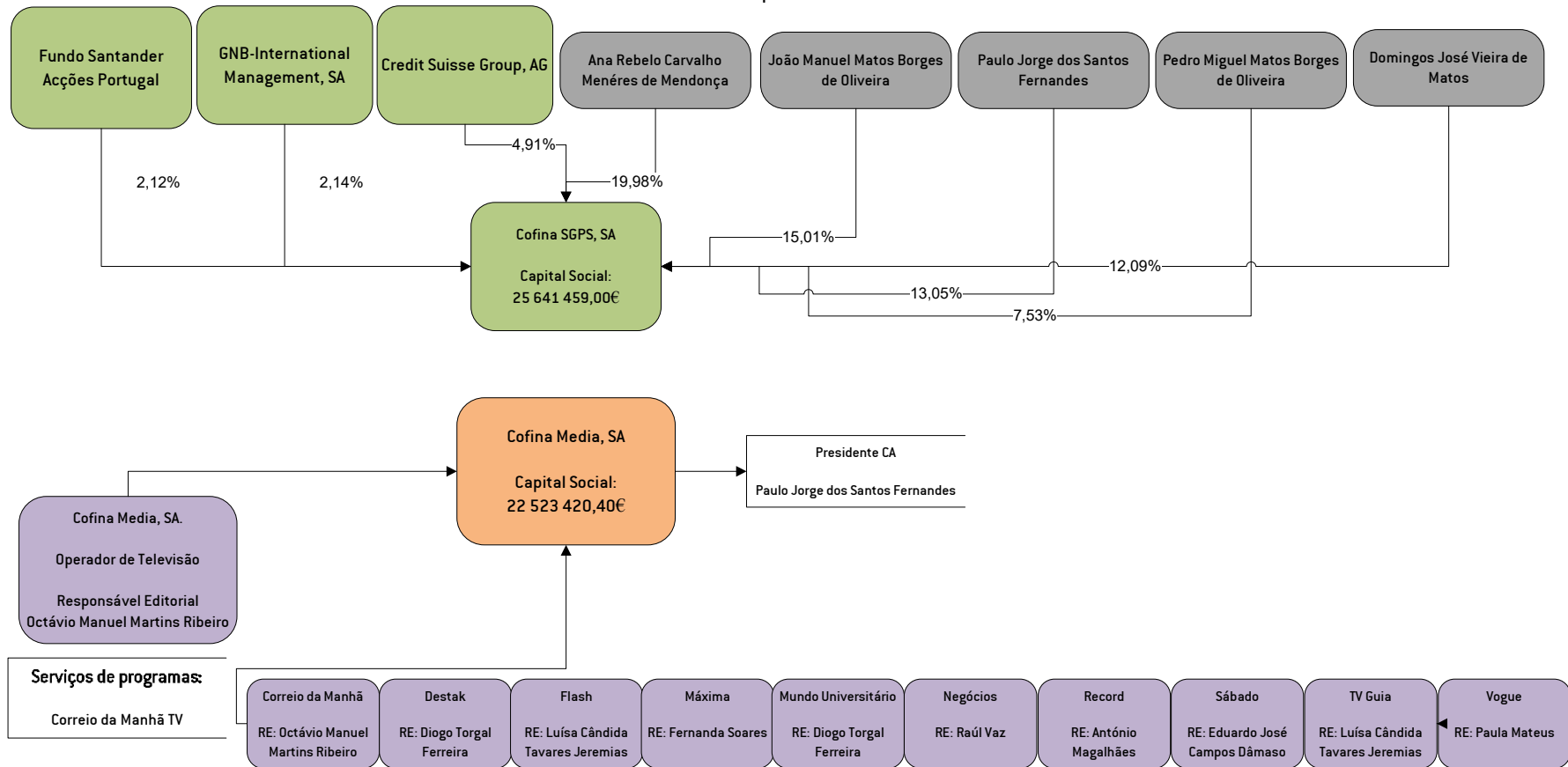




Fonte: Plataforma Digital da Transparência (23.06.2017)

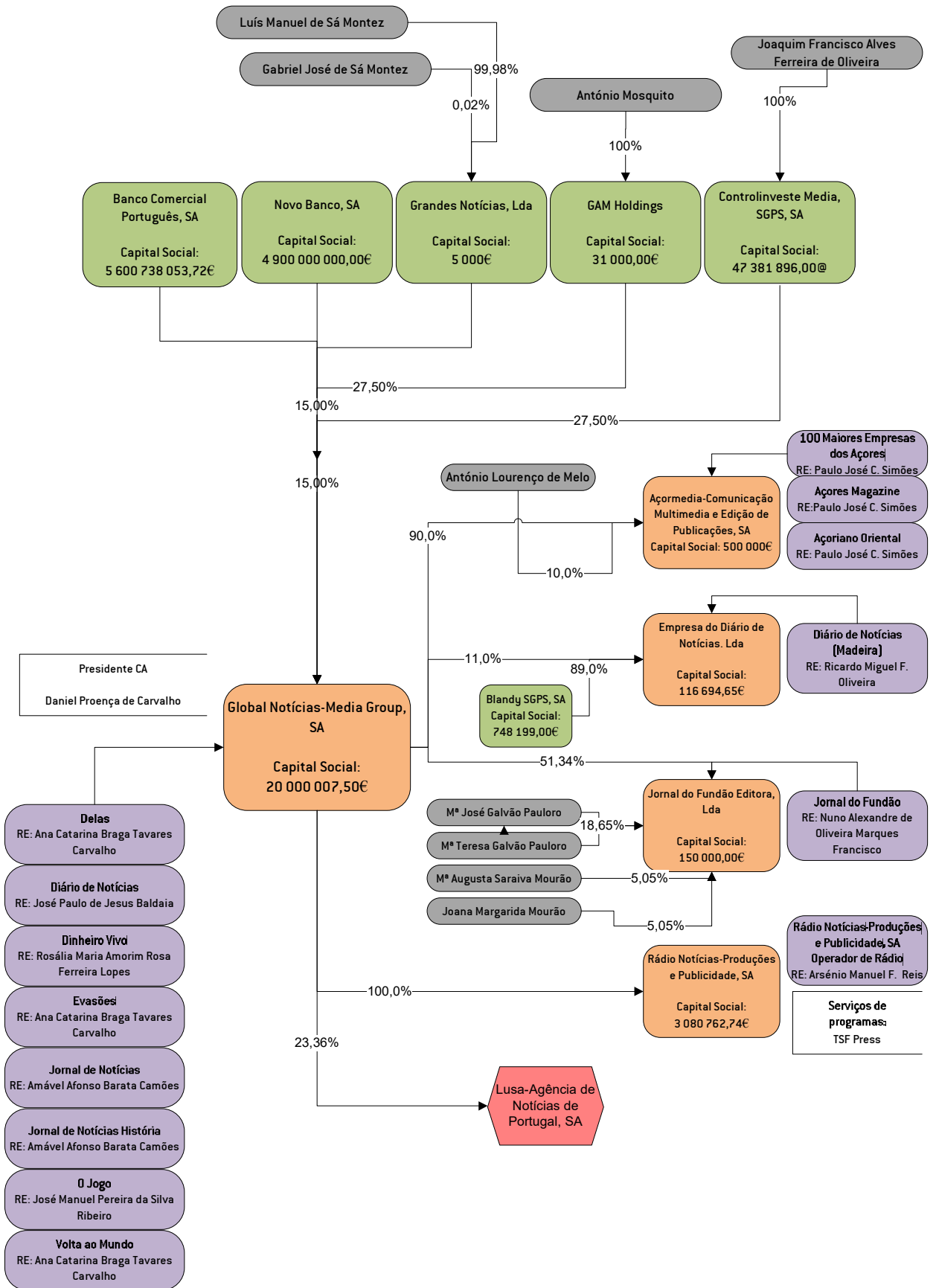


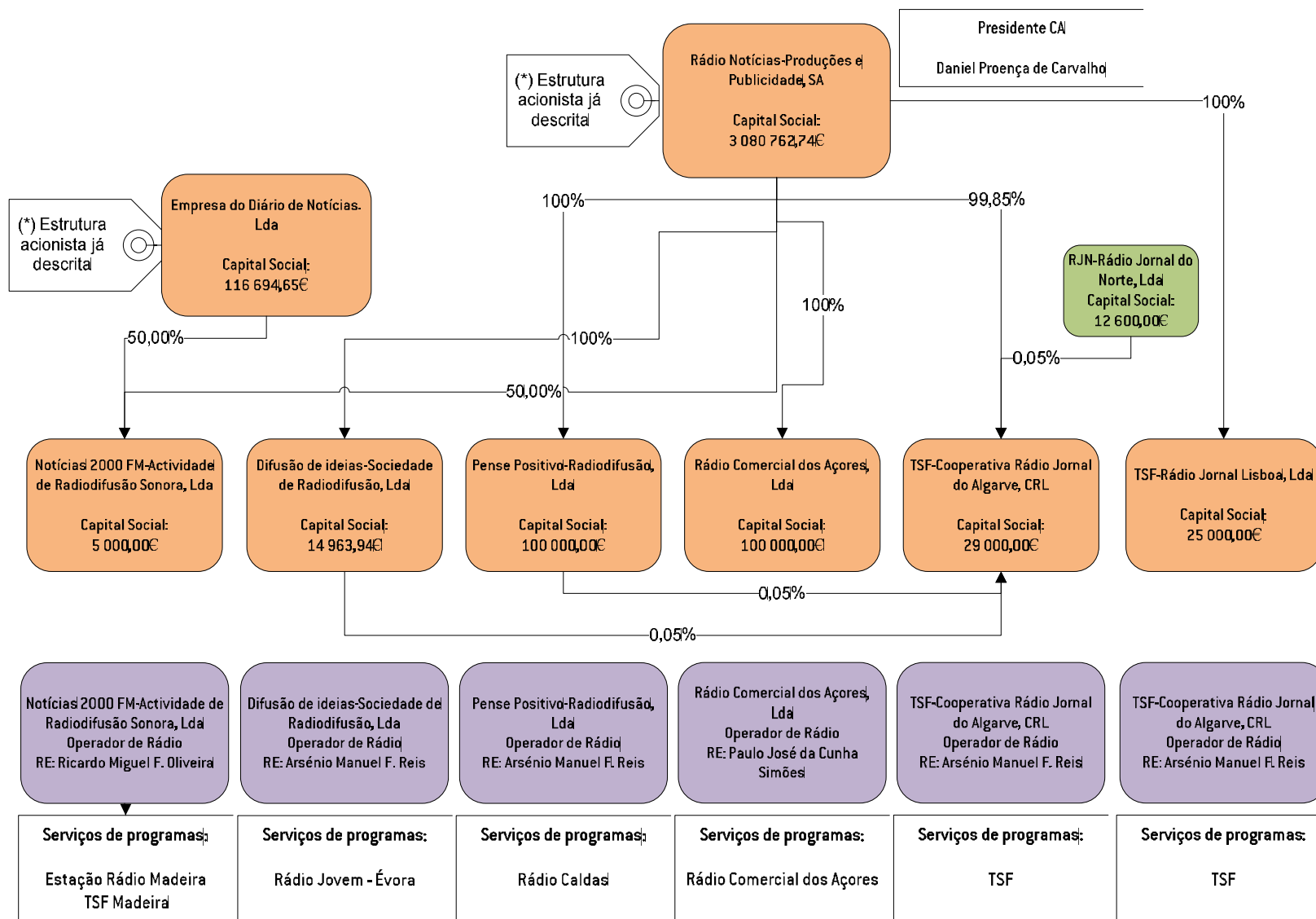
## Grupo Cofina



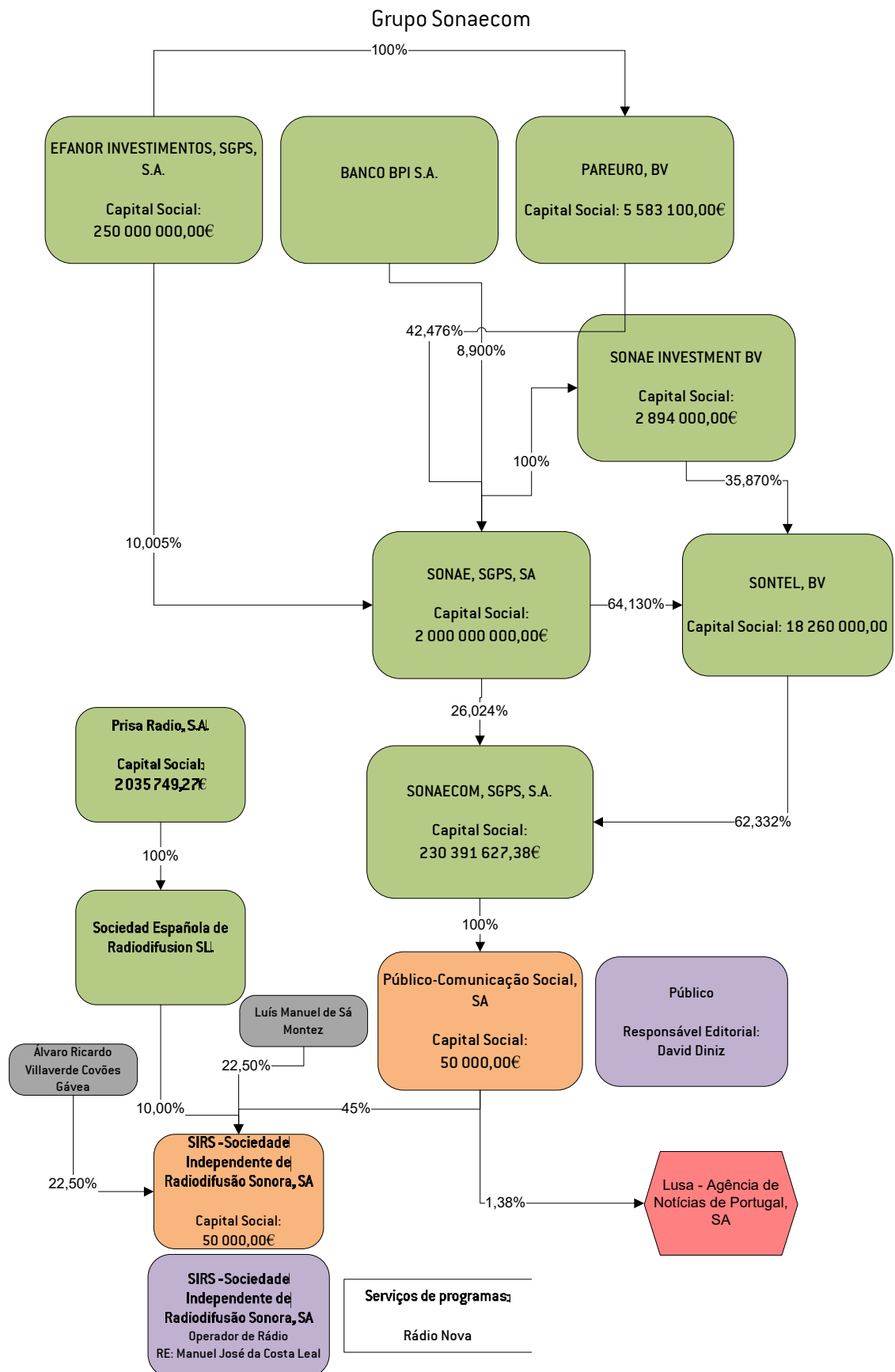
Fonte: Plataforma Digital da Transparência (23.06.2017)

# Grupo Global Media Group





Fonte: Plataforma Digital da Transparência (23.06.2017)



## 5. Notas finais

Reitera-se que uma das preocupações expressas pelo legislador é que a ERC torne pública parte significativa desta informação, através de uma base de dados eletrónica oficial criada especialmente para este fim – o futuro Portal da Transparência –, que se encontra neste momento em fase de contratação, através de concurso público.

Apesar desta pretensão de publicidade de largo espectro, o Regulador não deixará de acautelar a proteção de dados pessoais, recolhendo o devido parecer nesta matéria da CNPD e adaptando-se às disposições previstas no Regulamento Europeu de Proteção de Dados, que entrará em vigor em maio de 2018. Não deixará, por outro lado, de apreciar e pronunciar-se sobre os pedidos de confidencialidade solicitados, maioritariamente sobre fluxos financeiros, no quadro da salvaguarda dos «interesses fundamentais dos interessados».

Além da disponibilização, considera-se que o acesso a esta informação, a sua análise e interpretação, se potenciam com a possibilidade de relacionar diferentes níveis de estruturas acionistas, indicadores financeiros variados, órgãos de gestão ou outros elementos.

Por conseguinte a ideia subjacente à conceção do Portal da Transparência consiste na «interconexão de informação». Para corresponder a esta visão, o desenvolvimento desta ferramenta baseia-se numa lógica hipertextual e interativa, em que o utilizador é convidado a definir livremente percursos de consulta e de associação da informação.

A ERC dispõe hoje de um saber cada vez mais preciso, por que assim relatado pelos seus regulados, da relação dos titulares por conta própria ou por conta de outrem e de usufrutuários de participações sociais no capital das entidades que prosseguem atividades de comunicação social; bem como a identificação e discriminação das percentagens de participação social dos respetivos titulares; de toda a cadeia de entidades, pessoas singulares ou coletivas, a quem uma participação igual ou superior a 5% possa ser imputada; da relação de todos os titulares de participações sociais, diretas ou indiretas, noutros órgãos de comunicação social; e, por fim, das participações de domínio sempre que se verifique uma alteração destas na entidade que prossegue atividade de comunicação social.

Pela abrangência e diversidade de dados comunicados ao abrigo das disposições legais da transparência, poderemos antever que o seu cumprimento permitirá traçar, no futuro, o mais completo retrato do setor da comunicação social em Portugal. Na paisagem mediática nacional assim desenhada, permite-se ter acesso a informações sobre os grandes grupos de media e comunicação, mas também sobre os médios e pequenos agentes e respectivas fontes de financiamento e práticas de gestão.

## LITERACIA PARA OS MEDIA – PLANO DE AÇÃO DA ERC

### A ERC NO TERRENO DA LITERACIA MEDIÁTICA

O tema da literacia mediática não é novo para a ERC e o trabalho que desenvolve nessa área tem vários anos. Surge aqui a oportunidade de apresentar um balanço sobre a forma como este *plano de ação* se foi enraizando na atividade do regulador e como passou a ser uma linha de trabalho fundamental e em pleno desenvolvimento, integrando anualmente o plano de atividades da instituição.

Não é de mais lembrar que áreas como a da regulação dos órgãos de comunicação social, que lidam com conceitos e temas bastante complexos e específicos (como por exemplo a proteção de menores, o pluralismo político, o rigor informativo, entre muitos outros), inevitavelmente colocam dificuldades relativamente ao modo de os comunicar. Este é um aspeto especialmente relevante dado que o conhecimento resultante da regulação dos *media* tem todo interesse para o público em geral.

Esclarece-se que, por opção, não se reflete aqui sobre os múltiplos conceitos e teorização existente em torno da área da literacia mediática, mas apenas se enquadra a forma como a ERC se tem posicionado neste terreno.

Sublinhe-se que a literacia mediática enquanto área de intervenção não é do interesse exclusivo da ERC, sendo múltiplos os agentes da sociedade – organizados ou a título pessoal -, quer a nível nacional, quer internacional, que a ela dedicam trabalho e recursos. Alguns abordam-na como campo de pesquisa ou de trabalho, outros assumem-na como causa e militam a seu favor. Com alguns desses agentes, como se verá, a ERC tem mantido contacto, ora de forma pontual, ora de modo permanente, num intercâmbio de conhecimento, saber e experiências.

### A PERSPETIVA DO REGULADOR

Educação para os *media*, educação para as tecnologias da informação e da comunicação, literacia digital, literacia dos *media* e da informação, são múltiplos os conceitos utilizados como sinónimos ou áreas de interseção da literacia mediática. Justificada a decisão prévia de ultrapassar uma reflexão sobre os debates teóricos que esta multiplicidade de nomenclaturas acarreta, clarifica-se que a ERC tem utilizado como principal referência a definição de literacia mediática presente na Recomendação da Comissão Europeia de 20 de agosto de 2009 (sobre literacia mediática no ambiente digital):

*"A literacia mediática é a capacidade de aceder aos media, de compreender e avaliar de modo crítico os diferentes aspectos dos media e dos seus conteúdos e de criar comunicações em diversos contextos."*

Esta definição, que propõe a literacia mediática como sinónimo de **múltiplas capacidades** na relação com os *media*, pressupõe que os indivíduos que desenvolvam essas capacidades estarão aptos a desempenhar um papel mais ativo e participativo na vida quotidiana da sociedade e a lidar melhor com a permanente "avalanche" de informação e de inovação tecnológica. E é precisamente isso que se pretende para que a sua cidadania seja vivida em pleno e de forma verdadeiramente inclusiva.

Ainda que cada um de nós possa ter maior ou menor propensão para a relação com os *media*, a verdade é que, como é normal na aquisição de qualquer capacidade, também a literacia mediática implica um **processo de aprendizagem**. A expressão «nativos digitais» enraizou-se como forma de designar todos aqueles que nascem e crescem cercados de tecnologias digitais, os quais, à partida, têm maior predisposição para o contacto com os *media*. No entanto, **a**

## **aquisição de competências de literacia mediática é para todos - crianças, jovens, adultos, idosos.**

É fácil perceber que assim é, se tivermos em conta que no dia-a-dia todos somos chamados a relacionar-nos com e através dos *media*, seja na escola, no trabalho, em casa, nos transportes, e em múltiplas e variadas circunstâncias.

Embora esta seja uma área que exige um franco investimento na capacitação do cidadão comum (entre os quais existem níveis de literacia muito díspares), é essencial que os próprios *media* e os organismos que com eles se relacionam diretamente (como os reguladores) cultivem e incrementem a sua própria literacia mediática, com a preocupação de dela fazer beneficiar os que possam estar mais arredados.

É ponto assente entre quem se dedica a trabalhar esta área, que a literacia mediática é resultado de uma **aprendizagem que se realiza ao longo da vida, nos mais variados contextos – formais e informais** – muitas vezes de uma forma aparentemente tão natural que nem nos damos conta de que estamos a adquirir competências novas. São precisamente as múltiplas possibilidades inerentes a esse processo de aprendizagem que permitem que os agentes facilitadores dessa aprendizagem possam também ser múltiplos e variados. Se os organismos com vocação para o ensino serão sempre agentes indispensáveis na promoção da literacia mediática (nomeadamente como garante da sua inclusão nos currículos escolares dos diferentes ciclos de ensino), a ERC, entre outros, cedo percebeu que enquanto organismo regulador dos *media* também tem um papel a desempenhar nessa área.

Não é de mais recordar que estatutariamente a ERC tem como missão regular os órgãos de comunicação social (com atividade em território nacional) de diferentes *media* – Imprensa, Rádio, Televisão, Internet. Além desta relação direta com os órgãos de comunicação, a sua missão inclui ainda o relacionamento com a sociedade em geral, através dos cidadãos, a título individual, e das entidades que a interpelam, seja sob a forma de queixas e participações, seja por outros motivos. As respostas que fornece a essas interpelações e o trabalho de pesquisa sistemático que estão na base de relatórios como este, são duas das tarefas regulares que possibilitam um maior conhecimento acerca dos *media* e dos seus conteúdos, nomeadamente através da análise e verificação da adequação desses conteúdos às exigências da legislação em

vigor. Mas favorece também um conhecimento qualitativo da receção desses conteúdos, isto é, da forma como são recebidos pelos públicos.

Por estas características que definem a natureza ímpar do seu trabalho – **importa não esquecer que é o único organismo nacional responsável pela regulação de órgãos de comunicação social** - a ERC reúne condições privilegiadas à prossecução de atividade continuada nesta área. Pode – e é o que tem procurado fazer em algumas áreas - **sistematizar, traduzir e partilhar o conhecimento prático e teórico resultante da atividade de regulação dos media**, rentabilizando-o ao serviço de diferentes públicos e integrando-o no movimento global de definição das competências de literacia mediática.

Em rigor, nos doze anos de existência da ERC, é quase impossível determinar o momento em que o seu *plano de ação* de literacia mediática começou. Reconhece-se que nos primeiros anos de funcionamento foram lançadas as bases (ver caixa intitulada “Marcos”) que permitiram começar a encontrar o caminho para o desenvolvimento desse *plano de ação*, como forma de potenciar uma maior aproximação do regulador às necessidades da sociedade. Tal como não há modo de determinar a sua conclusão. Tal como o próprio processo de aprendizagem na base da literacia mediática, também este é um trabalho em continuidade.

#### UM PLANO DE AÇÃO INTRINSECAMENTE LIGADO À MISSÃO DA ERC

O *plano de ação* de literacia mediática da ERC tem como objetivo **contribuir para o desenvolvimento e melhoria dos níveis de literacia mediática em Portugal, bem como apoiar a implementação da literacia mediática enquanto política pública**. Esse é obviamente um objetivo ambicioso que a ERC partilha com as partes interessadas.

Ao contrário de alguns deveres dos órgãos de comunicação social que são anualmente analisados neste relatório (como por exemplo o rigor informativo ou o pluralismo e a diversidade), a literacia mediática não encontra uma referência explícita direta e literal nos Estatutos da ERC. Ainda assim, reconhece-a num dos seus principais objetivos de regulação estatutariamente definidos:

#### Marcos

Desde a criação da ERC foram tomadas medidas e realizados trabalhos que são o ponto de partida para o trabalho desenvolvido nos últimos cinco anos. Destacam-se alguns:

- ✓ Promoção e financiamento do *Estudo de Receção dos Meios de Comunicação Social* (2008);
- ✓ Promoção e Financiamento do estudo *A Televisão e as Crianças – Um ano de programação na RTP1, RTP2, SIC e TVI* (2009);
- ✓ Participação da ERC na fundação do *GILM – Grupo Informal de Literacia para os Media* (2009)
- ✓ Estudo sobre *Educação para os Media em Portugal – experiências, atores e contextos* (2011);
- ✓ Participação na Comissão Organizadora do Primeiro Congresso Nacional Literacia, Media e Cidadania (2011);
- ✓ Ratificação da Declaração de Braga (documento de compromisso com a promoção concertada da literacia mediática - 2011).



«Assegurar a proteção dos públicos mais sensíveis, tais como menores, relativamente a conteúdos e serviços susceptíveis de prejudicar o respectivo desenvolvimento, oferecidos ao público através das entidades que prosseguem actividades de comunicação social sujeitos à sua regulação»

Artigo 7.º, alínea C, Estatutos da ERC (Lei n.º 53/2005)

A relação deste **dever de proteção dos públicos** que define a missão da ERC com a sua vocação no campo da literacia mediática é fácil de entender. O regulador defende que, entre outras, uma das vias essenciais para garantir a proteção dos públicos é precisamente a do incremento da sua literacia mediática. Este entendimento da proteção dos públicos – que permite ao regulador demarcar-se de um papel meramente sancionatório - confere também uma visão positiva em relação aos próprios *media*, na medida em que explora as suas possibilidades ao invés de apenas impor limites. Públicos mais informados, esclarecidos, conscientes das oportunidades e limitações no acesso, utilização e adaptação aos *media* são naturalmente públicos mais capazes de se protegerem e efetuarem escolhas conscientes, seguras e críticas. Por esta razão é tão importante que a ERC continue a apostar nesta área, a qual, note-se, tem vindo a ganhar terreno na atividade de muitos reguladores de *media* internacionais.

#### DUAS FRENTES DO MESMO PLANO DE AÇÃO

Conhecer o *plano de ação* de literacia mediática da ERC implica reconhecer que o mesmo se tem vindo a concretizar em duas frentes: uma que diz respeito às atividades e iniciativas exclusivas do regulador, isto é, aquelas que elabora e concetualiza com base no seu próprio conhecimento e experiência; outra, relacionada com a ação concertada com parceiros que também desenvolvem trabalho nesta área. Como se verá, muitas vezes essas duas frentes acabam por se complementar.

#### O GILM

EM 2009 concretiza-se o compromisso que passou a ligar, no contexto nacional, a ERC a outros parceiros em matéria de literacia mediática. Em Julho desse ano nasceu o **Grupo Informal de Literacia para os Media**, geralmente designado pela sua sigla: **GILM**. Este grupo de trabalho e reflexão tem a particularidade de juntar instituições portuguesas de diferentes áreas em torno desta temática, mantendo uma natureza informal. Neste caso a informalidade significa que há a possibilidade permanente de troca de experiências e perspetivas entre pares, sem existir qualquer espécie de hierarquia entre os parceiros.

Além da ERC, na fundação deste grupo de trabalho encontram-se mais quatro instituições: o Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho (CECS/UM), o Conselho Nacional de Educação (CNE), a Comissão Nacional da Unesco (CNU) e o anterior Gabinete para os Meios de Comunicação Social (GMCS), atualmente substituído pela Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros.

Entretanto o GILM alargou-se e passou a incluir de forma permanente mais quatro instituições: a Direção Geral de Educação (DGE), a Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), a Rádio e Televisão de Portugal (RTP) e a Rede de Bibliotecas Escolares (RBE). Além dessas instituições, o Grupo tem também como membros efetivos duas personalidades, que se destacam pelo seu trabalho na área: Maria Emília Brederode Santos e Teresa Calçada. Já em 2017, o Grupo passou a integrar como membro permanente o Plano Nacional de Leitura (PNT), que tem Teresa Calçada como comissária.

Esta missão que o GILM traçou para si, é especialmente relevante se considerarmos que em Portugal não há pessoa ou instituição legalmente incumbida da missão exclusiva de promover esta área. Trata-se de colocar em diálogo múltiplos parceiros, com a mais-valia de cada um poder

identificar e reconhecer a sua especificidade e identificar potenciais pontos de interesse, mesmo com parceiros externos ao GILM.

Nos últimos anos, o Grupo constatou que havia necessidade de continuar a alargar este trabalho em rede, surgindo a ideia de criar uma espécie de núcleo alargado de parceiros associados, mantendo a mesma natureza informal. A esse núcleo o GILM decidiu **designar FILM – Fórum Informal sobre Literacia Mediática**. A ideia central na base da criação desse Fórum é fomentar a participação anual de um grupo alargado de parceiros que trabalham a área da literacia mediática como forma de possibilitar a troca de ideias, bem como definir metas e objetivos comuns para a área.

A **10 de março de 2016 o FILM teve o seu primeiro encontro formal em Lisboa**, tendo contado com a presença de cerca de 30 pessoas, em múltiplas qualidades, algumas em representação de projetos individuais, outras em representação das entidades onde desenvolvem esta área. A diversidade de relatos e olhares marcou esse primeiro encontro. Nele estiveram presentes investigadores, representantes de associações (ligadas ao consumo de *media*, à publicidade, ao cinema, entre outras áreas), representantes das bibliotecas escolares, profissionais do ensino e da educação e profissionais ligados aos *media* (jornalistas, provedores).

Cada parceiro teve a oportunidade de apresentar os seus projetos e iniciativas e contribuir para a definição de desafios (objetivos) comuns para o período 2016-2020.

## PRINCIPAIS INICIATIVAS DO GILM EM 2016

Além da criação do FILM – iniciativa que marcou o ano 2016 – o maior investimento do GILM nesse ano foi a definição e organização do **4º Congresso Literacia, Média e Cidadania**<sup>1</sup>, que se realizou no Porto, nos dias 5 e 6 de maio de 2017. Esta foi a quarta edição desta iniciativa que o Grupo tem vindo a promover de dois em dois anos, e teve como tema central «Por uma nova consciência do espaço público». Assente no pressuposto de que existe uma cada vez maior fragmentação e desmaterialização da ideia clássica de espaço público, o Grupo propôs como reflexão as oportunidades e desafios dos novos espaços públicos – de que as redes sociais são talvez o maior paradigma – bem como os perigos e paradoxos que os mesmos encerram.

Também em 2016, dando continuidade ao trabalho iniciado em 2012 (com o lançamento da iniciativa *Um dia com os Media*), o Grupo promoveu a quarta edição da iniciativa *Sete Dias com os Media*. Esta iniciativa, que simbolicamente abrange sempre a mesma semana – do dia 3 de maio (dia Internacional da Liberdade de Imprensa) ao dia 9, consiste em incentivar os múltiplos interessados a concentrar a realização de atividades que tenham como objetivo contribuir para a promoção, divulgação e incrementação da literacia mediática durante essa semana<sup>2</sup>. As atividades realizadas são todas registadas e associadas a esta iniciativa numa plataforma que o Grupo criou para o efeito<sup>3</sup>.

Relativamente a esta iniciativa do GILM, é importante referir que a ERC tem vindo a participar não só como promotora, mas também através do registo e associação das suas próprias atividades, como se verá mais adiante.

## PRINCIPAIS ATIVIDADES DE LITERACIA MEDIÁTICA DA ERC

Foquemo-nos agora na vertente do *Plano de ação* de Literacia Mediática da ERC que diz respeito à definição de uma linha de intervenção e ação específica do regulador.

### Principais iniciativas do GILM

- ✓ 1º Congresso *Literacia, Média e Cidadania* (Braga, 25 e 26 de março de 2011);
- ✓ 2º Congresso *Literacia, Média e Cidadania* (Lisboa, 10 e 11 de maio de 2013);
- ✓ 3º Congresso *Literacia, Média e Cidadania* (Lisboa, 17 e 18 de abril de 2015);
- ✓ 4º Congresso *Literacia, Média e Cidadania* (Porto, 5 e 6 de maio de 2017);
- ✓ Um dia com os Media 2012;
- ✓ Sete Dias com os Media 2013;
- ✓ Sete Dias com os Media 2014;
- ✓ Sete Dias com os Media 2015;
- ✓ Sete Dias com os Media 2016;
- ✓ Sete Dias com os Media 2017;
- ✓ Criação do FILM - *Fórum Informal de Literacia Mediática* (10 de março de 2016).

<sup>1</sup> Todas as informações sobre esta iniciativa podem ser encontradas online em <http://www.congressolmc.pt/>.

<sup>2</sup> Embora a iniciativa *Sete Dias com os Media* tenha como período simbólico a semana que se inicia a 3 de maio, a pedido de alguns interessados em participar, o grupo criou a modalidade “Atividades Associadas” que permitiu associar outras iniciativas de literacia mediática que, embora não se desenvolvam nessa semana, se realizam em períodos relativamente próximos.

<sup>3</sup> As iniciativas registadas na edição *Sete Dias com os Media 2016* podem ser encontradas online em <http://www.literaciamediatica.pt/?diascomosmedia/iniciativas-registadas>. Na mesma página pode ter acesso às iniciativas registadas em edições anteriores.

Em 2013, aproveitando o simbolismo da iniciativa *Sete Dias com os Media*, a ERC levou para o terreno a sua primeira grande atividade prática de educação para os *media*. Intitulada «**Compreender e utilizar criticamente a informação televisiva**», essa atividade, cuja iniciativa teve origem no trabalho desenvolvido pelo *Departamento de Análise de Media da ERC* no âmbito da monitorização sistemáticas dos noticiários de horário nobre, privilegiou como destinatário o público escolar, nomeadamente os alunos do 3º ciclo de escolaridade e definiu como objetivo simplificar e desconstruir conceitos basilares da informação televisiva que permitam analisá-la e utilizá-la de forma crítica e ativa. No fundo, um contributo do regulador para que crianças em idade escolar se venham a tornar cidadãos mais capacitados, conscientes, críticos e interessados em relação à informação televisiva. Nessa primeira experiência no terreno, técnicos da ERC deslocaram-se a diferentes pontos do país, tendo sido abrangidas pela iniciativa escolas dos distritos de Aveiro, Beja, Braga, Coimbra, Évora, Lisboa, Porto, Setúbal e Viseu.

O sucesso da primeira atividade levou a que no ano seguinte nascessem novas ideias para conteúdos e atividades de literacia mediática inspiradas na missão do regulador. Nova meta internamente definida: sempre que possível **diversificar os públicos e os contextos abrangidos, bem como as problemáticas abordadas**.

À primeira atividade vieram acrescentar-se, entre outras, quatro novas ações de sensibilização que passaram a ser utilizadas pela ERC como uma espécie de programa-piloto nesta área. A saber:

✓ **«Vamos desconstruir reality shows? Entre a realidade e a ficção»**

As muitas participações que a ERC recebeu a propósito deste tipo de programas, assim como o espaço cada vez maior que passaram a ocupar nas grelhas de alguns dos principais canais televisivos em sinal aberto, foram certamente duas das principais razões que motivaram a elaboração desta atividade totalmente dedicada a analisar o formato de programa televisivo *reality show*.

Pensada para o público juvenil, esta ação tem sido implementada sobretudo em ambiente escolar.

O seu objetivo é sensibilizar para o modo como este tipo de programas são construídos e estimular a vertente crítica em relação ao consumo dos mesmos, nomeadamente através do reconhecimento dos estereótipos e das interpretações que suscitam.

✓ **«A educação para os Media no trilho da inclusão: Conhecer e compreender a sinalética na programação televisiva»**

A sinalética utilizada pelos operadores televisivos como forma de chamar a atenção para certas características dos programas que exibem é outra área que a ERC entende ter especial interesse para o cidadão em geral enquanto consumidor de televisão informado e consciente das estratégias de produção televisiva. Com esta atividade pretende-se contribuir para uma maior consciencialização em relação à presença dessa sinalética, mas sobretudo relativamente ao seu significado e utilidade como forma de possibilitar um pensamento crítico em relação à forma como é utilizada.

✓ **«Mensagens Publicitárias nos Conteúdos Televisivos»**

Os serviços da ERC que trabalham na supervisão e monitorização sistemática de conteúdos dos órgãos de comunicação social têm vindo a prestar especial atenção às estratégias utilizadas pelas televisões como forma de incluir apelos ao consumo e divulgação de marcas, bens e serviços no conteúdo dos próprios programas, alertando para os casos em que essa inclusão é considerada abusiva e está em infração relativamente à legislação em vigor. Uma vez mais, com esta atividade pretende-se contribuir para uma maior literacia em termos de publicidade, consumo televisivo e a regulação do mesmo. Adequada ao público em geral, esta atividade já foi

implementada pela ERC em universidades de marketing e publicidade, universidades seniores e escolas secundárias.

✓ **«Literacia e *Media* Digitais: Sabe navegar na internet de modo seguro, consciente e eficaz?».**

Nos últimos anos a área dos novos *media* tem estado no centro do trabalho do regulador, sobretudo pelos múltiplos desafios que tem colocado face à regulação dos órgãos de comunicação dos *media* tradicionais<sup>4</sup>. Inspirada por esses desafios, a ERC decidiu conceber uma atividade destinada a sensibilizar o cidadão comum na utilização que faz da internet, alertando, entre outras, para questões como a credibilidade da informação *online*, o reconhecimento da fiabilidade e a distinção da natureza das fontes que consulta, a consciencialização da sua pegada digital, o potencial e os perigos da navegação online, os instrumentos de segurança existentes, a distinção entre o que é de natureza pública e o que é privado.

Adequada a todo o tipo de públicos, esta atividade tem sido implementada sobretudo em bibliotecas municipais.

Um aspeto comum às atividades acima descritas é o seu formato: realizam-se em sessões de 60 a 90 minutos, nos espaços disponibilizados por quem as decide acolher. Todas têm uma componente prática, em que os participantes são incentivados a debater o tema com base na análise e apreciação dos exemplos práticos apresentados. Em geral tem sido dada preferência a conteúdos dos órgãos de comunicação social que já tenham sido trabalhados pelos serviços da ERC (quer na vertente de apreciação de queixas e participações, quer na vertente da monitorização e supervisão sistemática de conteúdos), o que visa permitir que os participantes sejam também sensibilizados para a atividade de regulação e, dessa forma, fiquem a conhecer o trabalho e a missão do regulador.

Importa referir que, sobretudo para o caso das sessões que decorrem em ambiente escolar, nenhuma destas atividades deve ser recebida como uma aula em sentido clássico, nem os técnicos da ERC se assumem como professores ou formadores. **As atividades são ações de sensibilização** em que o objetivo é alertar para as problemáticas com as ferramentas, metodologias e através da visão da regulação. Note-se que todas deram lugar a sessões que se associaram a edições subsequentes da iniciativa *Sete Dias com os Media*.

#### INICIATIVAS QUE MARCARAM O ANO 2016

2016 ficou marcado por novas oportunidades de aplicação das atividades de literacia mediática da ERC no terreno, em períodos diferentes e tendo por base a cooperação com parceiros de natureza diversa. Com alguns pela primeira vez, com outros dando continuidade a parcerias iniciadas em anos anteriores.

No dia 18 de maio de 2016 a ERC assinou um protocolo de colaboração<sup>5</sup> com a associação **Empresários Pela Inclusão Social (EPIS)**<sup>6</sup>, tendo como principal objetivo **contribuir para a**

---

<sup>4</sup> Como resultado da reflexão crítica que o regulador tem desenvolvido sobre essa área pode ser consultado online o trabalho da ERC intitulado Estudo Novos Media –Sobre a noção de órgão de comunicação social [http://www.erc.pt/pt/estudos-e-publicacoes/novos-media/estudo-novos-media-sobre-a-redefinicao-da-nocao-de-orgao-de-comunicacao-social].

<sup>5</sup> A versão integral do protocolo assinado entre a ERC e a EPIS pode ser consultada online no sítio da ERC [http://www.erc.pt/pt/protocolos].

<sup>6</sup> De acordo com a mensagem do seu presidente, António Vitorino, presente no seu sítio online [http://www.epis.pt/quem-somos/mensagem-do-presidente], a «Associação EPIS - Empresários Pela Inclusão Social foi criada, em 2006, por um grupo de mais de 100 empresários e gestores de PortugalE» e «tem por missão a promoção da inclusão social em Portugal. Desde 2006, tem vindo a focar-se na capacitação de jovens necessitados para a realização do seu potencial ao longo da vida, através da Educação, da Formação e da Inserção

**inclusão social de jovens na área da educação.** Uma das vertentes contempladas nesse protocolo foi precisamente a da literacia mediática. De que forma?

A ERC propôs-se implementar algumas das suas atividades em escolas do 3º ciclo de escolaridade acompanhadas pelo programa da EPIS designado “*Mediadores para o sucesso escolar*” (ver caixa). Isso significa que sempre que um técnico da ERC se deslocou às escolas designadas, a sua atividade foi presencialmente acompanhada por um *mediador* EPIS. Os professores das turmas abrangidas também estiveram presentes.

Juntamente com uma responsável da EPIS, a equipa do *Plano de ação* de Literacia Mediática da ERC estabeleceu um programa de atividades consideradas relevantes para os alunos desse ciclo escolar, sendo que, sempre que necessário, os conteúdos foram adaptados de forma a melhor corresponder às suas necessidades e expectativas.

Tal como sintetiza a tabela abaixo, esta experiência abrangeu **cinco escolas parceiras da EPIS**<sup>7</sup>, quatro da área metropolitana de Lisboa e uma do Porto. Em resultado do interesse manifestado pelas próprias escolas, em duas delas a última sessão foi dedicada a aprofundar ou a dinamizar

conhecimentos adquiridos em sessões anteriores e em outras duas foi dinamizada a atividade «Mensagens publicitárias nos conteúdos televisivos».

#### O que são os “**Mediadores para o Sucesso Escolar**”?

Este é um dos três eixos definidores do plano de ação da EPIS. É um programa de mediação destinado a erradicar o abandono da escola e a combater o insucesso escolar, bem como a inserir profissionalmente jovens de risco. São abrangidos por este programa crianças e jovens, com idades entre os 6 e os 24 anos.

Os mediadores EPIS são psicólogos, assistentes sociais, professores e outros técnicos da área da educação cujo tempo de trabalho é 100% dedicado à missão definida para esse programa (são contratados pela EPIS durante períodos de três anos). Fazem uma supervisão presencial no terreno, tendo como área de atuação a escola ou outra instituição fora da sala de aula. Fazem uma intervenção individual e personalizada adaptada ao perfil de risco de cada aluno, mas também intervêm de forma personalizada adaptada ao perfil da família desses alunos e uma intervenção geral dirigida a grupos de pais.

Os outros dois eixos do plano de ação EPIS são o programa “Escolas de Futuro”, que apresenta propostas inovadoras e boas práticas de gestão na educação, formação profissional e emprego, e o programa “Vocações EPIS”, destinado à inclusão de jovens e adultos com baixas qualificações.

---

*Profissional*». De acordo com a informação disponível no mesmo sítio, nessa missão da EPIS que visa integrar o ser humano ao longo da sua vida há valores considerados fundamentais: 1) humanidade e integridade; 2) conhecimento; 3) trabalho e meritocracia; responsabilidade e solidariedade.

Ao momento em que a Associação assinou o protocolo com a ERC (tal como é referido no próprio protocolo), contava com 358 empresas associadas e parceiras da sua atividade no terreno e tinha estado presente em mais de 95 concelhos de todo o País, sendo que desde a sua fundação acompanhou mais de 19 900 alunos em cerca de 280 escolas e 9 centros do Instituto de Emprego e Formação Profissional.

Para mais informações sobre a Associação por favor consulte a mesma fonte.

<sup>7</sup> Inicialmente também estava previsto realizar as atividades de literacia mediática no Agrupamento de Escolas do Cerco, no Porto. Foi realizada a sessão «Compreender e utilizar criticamente a informação televisiva» no dia 8 de novembro de 2016. No entanto, por posterior incompatibilidade de agenda escolar, não foi possível dar continuidade às restantes.

Escolas parceiras da EPIS	Temas das Sessões	Datas
Escola Básica 2, 3 Cardoso Lopes (Amadora)	«Compreender a utilizar criticamente a informação televisiva»	29 novembro 2016
	«A Educação para os <i>Media</i> no trilho da inclusão: Conhecer e compreender a sinalética na informação televisiva»	6 dezembro 2016
	«Vamos desconstruir Reality Shows? Entre a realidade e a ficção»	17 janeiro 2017
	«Literacia e <i>Media</i> Digitais: Sabe navegar na Internet de modo seguro, consciente e eficaz?»	14 março 2017
	<i>Por indisponibilidade de agenda não foi realizada a última sessão</i>	
Escola Secundária Fernando Namora (Amadora)	«Compreender a utilizar criticamente a informação televisiva»	3 novembro 2016
	«A Educação para os <i>Media</i> no trilho da inclusão: Conhecer e compreender a sinalética na informação televisiva»	12 dezembro 2016
	«Vamos desconstruir Reality Shows? Entre a realidade e a ficção»	19 janeiro 2017
	«Literacia e <i>Media</i> Digitais: Sabe navegar na Internet de modo seguro, consciente e eficaz?»	16 março 2017
	«Mensagens publicitárias nos conteúdos televisivos»	11 maio 2017
Escola Secundária São João da Talha (Loures)	«Compreender a utilizar criticamente a informação televisiva»	11 novembro 2016
	«A Educação para os <i>Media</i> no trilho da inclusão: Conhecer e compreender a sinalética na informação televisiva»	15 dezembro 2016
	«Vamos desconstruir Reality Shows? Entre a realidade e a ficção»	24 janeiro 2017
	«Literacia e <i>Media</i> Digitais: Sabe navegar na Internet de modo seguro, consciente e eficaz?»	21 março 2017
	«Mensagens publicitárias nos conteúdos televisivos»	9 maio 2017
Escola Básica D. Dinis (Odivelas)	«Compreender a utilizar criticamente a informação televisiva»	4 novembro 2016
	«A Educação para os <i>Media</i> no trilho da inclusão: Conhecer e compreender a sinalética na informação televisiva»	2 dezembro 2016
	«Vamos desconstruir Reality Shows? Entre a realidade e a ficção»	26 janeiro 2017
	«Literacia e <i>Media</i> Digitais: Sabe navegar na Internet de modo seguro, consciente e eficaz?»	30 março 2017
	Dinamização dos conhecimentos adquiridos nas sessões anteriores (com base nas fake news)	11 maio 2017
Escola Básica e Secundária Rodrigues de Freitas (Porto)	«Compreender a utilizar criticamente a informação televisiva»	15 dezembro 2016
	«A Educação para os <i>Media</i> no trilho da inclusão: Conhecer e compreender a sinalética na informação televisiva»	12 janeiro 2017
	«Vamos desconstruir Reality Shows? Entre a realidade e a ficção»	15 fevereiro 2017
	«Literacia e <i>Media</i> Digitais: Sabe navegar na Internet de modo seguro, consciente e eficaz?»	15 março 2017
	Aprofundamento dos conhecimentos adquiridos nas sessões anteriores (tendo como mote o exemplo do jogo “Baleia Azul”)	9 maio 2017

Note-se que as sessões realizadas em maio de 2017 foram registadas na iniciativa *Sete Dias com os Media* desse ano.

## Sessões na Hemeroteca Municipal de Lisboa

Além da EPIS, outro parceiro que em 2016 permitiu criar sinergias com este *plano de ação* da ERC foi a **Hemeroteca Municipal de Lisboa**. No caso a ligação estabeleceu-se através da **Rede de Bibliotecas de Lisboa** e resulta diretamente do acolhimento das sessões realizadas no ano de 2014 em duas das suas bibliotecas.

Em 2015 a Hemeroteca manifestou interesse em receber nas suas instalações duas sessões da ação “Literacia e *Media* Digitais: Sabe navegar na Internet de modo seguro, consciente e eficaz?». A primeira realizou-se a 25 de fevereiro<sup>8</sup> e a segunda a 4 de maio de 2016.

### ATIVIDADES INTEGRADAS NA EDIÇÃO SETE DIAS COM OS MEDIA 2016

À semelhança do que vem acontecendo desde 2013, também em 2016 a ERC voltou a participar na iniciativa *Sete Dias com os Media* onde foram realizadas três atividades.

A primeira iniciativa realizada pela ERC durante essa semana foi a sessão acima referida, realizada a 4 de maio na Hemeroteca Municipal de

Lisboa. Também nesse dia foi realizada uma sessão sobre a atividade «Mensagens publicitárias nos conteúdos televisivos» dirigida a alunos do secundário da Escola Básica e Secundária Gil Vicente, em Lisboa. Essa mesma atividade foi novamente a base da ação de sensibilização realizada para o público de alunos do secundário, no dia 9 de maio, na Escola Secundária Pedro Nunes, também em Lisboa.

No dia 5 de maio foi realizada uma ação na Escola Secundária Luís de Freitas Branco (em Paço de Arcos) que permitiu sensibilizar alunos do 3º ciclo para a atividade intitulada «Compreender

## Sinergia com a Rede de Bibliotecas de Lisboa

Recorde-se que em 2014 a ERC colocou em prática pela primeira vez a atividade focada no tema da navegação na internet de forma segura, consciente e eficaz. Como ambiente preferencial para a realização da mesma foram selecionadas algumas bibliotecas. **O objetivo foi abranger um público diverso (que incluísse adultos e seniores) presente num contexto de maior informalidade.** Uma das bibliotecas contactadas que aceitou a participar foi a **Biblioteca Municipal dos Coruchéus**, que faz parte da Rede de Bibliotecas de Lisboa. Em maio desse ano, as suas instalações e o seu público recebeu a primeira atividade, a qual foi registada na edição *Sete Dias com os Media 2014*.

Esse primeiro contacto levou a Rede de Bibliotecas de Lisboa a desafiar a ERC a participar com essa atividade no seu **projeto designado Oportunidade** - um programa de aquisição de competências de aprendizagem ao longo da vida, que tem como objetivo proporcionar espaços, contextos e atividades acessíveis a diferentes públicos (jovens e adultos), no sentido de os capacitar para uma atitude de aprendizagem permanente, tornando-os cidadãos mais capazes e pró-ativos perante a vida.

Pela convergência de objetivos entre o projeto da Rede e o seu, a ERC aceitou o desafio e a 22 de outubro de 2014 realizou essa mesma atividade na **Biblioteca Camões**.

<sup>8</sup> A ação de 25 de fevereiro de 2016 teve a particularidade de incluir na equipa da ERC que se deslocou para realizar a ação uma estagiária do Instituto Superior de Comunicação Empresarial (no âmbito de um protocolo de estágios entre as duas instituições). Nota-se a sua inclusão na equipa como forma de demonstrar que, sempre que possível, a ERC procurou sensibilizar os seus estagiários para a literacia mediática, estimulando a sua participação direta em atividades relacionadas com a área. Um ano antes, no dia 17 de abril de 2015, duas estagiárias do mesmo Instituto participaram na dinamização da banca da ERC. presente na montra de projetos realizada durante o 3º Congresso Literacia, Media e Cidadania.



e utilizar criticamente a informação televisiva». Foram realizadas duas sessões distintas, a primeira com uma turma do 7º ano, seguida de uma sessão com alunos de uma turma do 8º ano. É ainda de notar que na semana seguinte à edição *Sete Dias com os Media 2016*, no dia 12 de maio, a ERC deslocou uma técnica à Universidade do Algarve, onde realizou uma sessão aberta dedicada ao tema «O Rigor Informativo – os princípios e os limites legais aos conteúdos jornalísticos». Com essa atividade destinada aos alunos do curso de Ciências da Comunicação (embora aberta ao público em geral), a ERC procurou elucidar acerca dos deveres dos operadores televisivos e dos direitos dos telespetadores, tendo como finalidade uma informação mais isenta e rigorosa.

#### OS ÚLTIMOS ANOS EM PERSPETIVA: 2012-2017

O balanço geral destes últimos anos de incursão da ERC no terreno da literacia mediática é animador, sobretudo pelo enraizamento que essa área tem encontrado no trabalho regular desta Entidade e pelo envolvimento que tem gerado entre os seus colaboradores e quadros dirigentes. A validação do trabalho tem chegado sobretudo pelas seguintes vias:

- Na relação com os parceiros do GILM pela capacidade de manter o compromisso e cooperação, concretizada na participação sistemática nas suas reuniões de trabalho e na articulação dos seus membros como forma de dar continuidade a iniciativas e objetivos comuns. Apesar dos constrangimentos que o Grupo enfrentou, desde 2012 foram realizados três congressos dedicados ao tema. De notar que todos tiveram uma adesão considerável em termos de número de participantes (próxima ou superior a 200 em cada edição).

O sucesso da iniciativa *Um dia com os Media* em 2012 ditou a sua transformação e alargamento na iniciativa *Sete Dias com os Media*, que já conta com cinco edições e tem permitido conhecer e incentivar novas experiências, atores e contextos que fomentam a literacia mediática.

- Na abertura e disponibilidade das instituições que têm recebido atividades da ERC, disponibilizando os seus recursos e permitindo uma relação direta com os seus públicos ou a interação com os seus projetos, como é o caso da EPIS ou da Hemeroteca Municipal de Lisboa.

- No acolhimento dos próprios públicos às atividades realizadas. Embora não exista uma medida que quantifique esse acolhimento, ela tem sido constatada nas reações e comentários que nos chegam.

- Ao nível da própria instituição, na possibilidade de criar equipas multidisciplinares.

- Na participação internacional em eventos com relevo para esta área. No período em balanço destacam-se a participação: no *1º Fórum Europeu de Literacia para os Media e a Informação* (maio de 2014), no *Latin American and Caribbean Media and Information Literacy Forum* (dezembro de 2014), no *Foro Internacional sobre Derechos de las Audiencias* (dezembro de 2015). A atenção e o acompanhamento do trabalho de agentes internacionais na área da literacia mediática também se coloca ao nível da interação com organismos reguladores dos *media* de outros países. Neste caso, é de referir, entre outras, a recente participação da ERC (em maio de 2017) no 45º Encontro da EPRA (*European Platform of Regulatory Authorities*), nomeadamente a presença no Grupo de Trabalho sobre o tema «*Media Literacy – Mapping key initiatives & researching media use*».

Os pontos acima referidos sistematizam parte do trabalho realizado. A ERC considera que embora a experiência dos últimos cinco anos se assuma como muito válida, o caminho a percorrer nesta matéria é longo e muito está ainda por fazer. Para o futuro perspetiva-se um maior investimento no contributo específico do regulador para esta área, sem prejuízo da continuidade das restantes parcerias e da abertura a novas experiências de trabalho em rede.

## MEDIA E GÉNERO

### PROMOÇÃO DA IGUALDADE ENTRE HOMENS E MULHERES E O COMBATE AOS ESTEREÓTIPOS DE GÉNERO

#### PLANO DE AÇÃO

A atuação da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) no combate à discriminação com base no género, é orientada pelos seus Estatutos, que a vinculam à proteção de direitos, liberdades e garantias constitucionalmente protegidos. Neste domínio, são objetivos do regulador «promover e assegurar o pluralismo cultural», «assegurar a proteção dos direitos de personalidade individuais»<sup>1</sup> e assegurar o «respeito pelos direitos, liberdades e garantias»<sup>2</sup>.

A legislação setorial (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, Lei da Imprensa, Lei da Rádio) e o Estatuto do Jornalista a par do Código Deontológico do Jornalista, enquadram, por outro lado, as responsabilidades dos órgãos de comunicação social e dos seus profissionais, quanto à proibição e condenação de práticas jornalísticas discriminatórias em função do sexo e da orientação sexual.

Por outro lado, o reconhecido papel dos órgãos de comunicação social na formação da opinião pública e na construção de identidades individuais e coletivas, é refletido nos vários documentos internacionais, aos quais Portugal se associou, com vista à sua intervenção no combate aos estereótipos de género. A título de exemplo, no plano internacional, a Declaração e Plataforma de Ação de Pequim<sup>3</sup>, apela ao envolvimento dos governos, da comunidade internacional e da sociedade civil, incluindo as organizações não-governamentais e o setor privado, para desenvolverem ações estratégicas no combate aos estereótipos sobre as mulheres e à desigualdade do acesso e participação destas aos sistemas de comunicação, em particular aos *media*.

A Estratégia para a Igualdade de Género 2014-2017, do Conselho da Europa, integra as recomendações contidas na Declaração de Pequim, desenhando como um dos objetivos estratégicos o combate aos estereótipos de género e sexismo através da promoção de uma imagem positiva e não estereotipada de mulheres e homens nos *media* e de uma participação equilibrada de ambos nas posições de liderança das organizações de comunicação social.

Os documentos de referência nacionais, em particular o V Plano Nacional para a Igualdade de Género, Cidadania e Não Discriminação<sup>4</sup>, referem a preocupação com a transmissão de mensagens e imagens estereotipadas do ponto de vista das relações e dos papéis de género, nos conteúdos relacionados com o entretenimento ou publicidade, mas também nos conteúdos informativos.

O plano de ação da ERC para a promoção da igualdade entre homens e mulheres e o combate aos estereótipos de género, formalizado em 2014, decorre das premissas acima descritas e assenta em vários eixos de trabalho com vista a evidenciar e acompanhar o trabalho dos órgãos

<sup>1</sup> Estatutos da ERC, artigo 7.º, alíneas a) e f).

<sup>2</sup> Estatutos da ERC, artigo 8.º, alínea d).

<sup>3</sup> Declaração e Plataforma de Ação de Pequim, aprovada, em 1995, na 4.ª Conferência Mundial sobre as Mulheres, organizada pela ONU, disponível em

[http://cite.gov.pt/asstscite/downloads/universais/Beijing\\_Declaration\\_and\\_Platform\\_for\\_Action.pdf](http://cite.gov.pt/asstscite/downloads/universais/Beijing_Declaration_and_Platform_for_Action.pdf)

<sup>4</sup> O V Plano Nacional para a Igualdade, Cidadania e Género [2014-2017] foi aprovado por Resolução do Conselho de Ministros n.º 103/2013 e publicado em *Diário da República*, 1.ª série, N.º 253, a 31 de Dezembro de 2013.

de comunicação social. Através desta iniciativa, o Departamento de Análise de Media da ERC tem procurado dar visibilidade àquelas dimensões, sempre que pertinente, quer através das propostas de **deliberação submetidas à apreciação do Conselho**, da **monitorização sistemática de conteúdos televisivos** e do **desenvolvimento de análises específicas** (a título de exemplo, como veremos mais adiante, a cobertura noticiosa dos crimes de violência doméstica nos telejornais de horário nobre dos canais de sinal aberto e a colaboração com entidades nacionais sobre temas específicos, nomeadamente na caracterização dos protagonistas da informação diária de horário nobre). Para além da intervenção a nível nacional, nas redes internacionais de reguladores para a comunicação social<sup>5</sup> de que faz parte, a ERC integra grupos de trabalho sobre esta temática, que se articulam na realização de estudos comparativos, bem como no estabelecimento de diretrizes e recomendações.

#### PROTAGONISTAS DA INFORMAÇÃO – IGUALDADE DE TRATAMENTO ENTRE HOMENS E MULHERES

##### COLABORAÇÃO COM A COMISSÃO DE IGUALDADE DE GÉNERO (CIG)

No âmbito da **monitorização sistemática de conteúdos informativos**, em 2016, à semelhança de anos anteriores, a ERC acompanhou a informação diária de horário nobre transmitida pelos operadores público (Telejornal, RTP 1 e Jornal 2, RTP2) e privados (Jornal da Noite, SIC e Jornal das 8, TVI). Entre as várias dimensões consideradas, cujos resultados são apresentados no presente relatório de regulação, no capítulo Pluralismo e Diversidade nos Serviços de Programas Televisivos: Análise da Informação Diária - RTP1, RTP2, SIC e TVI, caracteriza-se a **diversidade e pluralismo de protagonistas** das notícias do ponto de vista do sexo.

Os resultados desta análise evidenciam a presença de atores do sexo masculino – acima dos 75% -, oriundos das áreas da *política nacional*, do *desporto*, da *comunidade internacional*, *ordem interna*, *cultura* e *economia, finanças e negócios* -. As protagonistas do sexo feminino surgem em apenas 15% dos conteúdos informativos analisados, partilhando a esfera da *política nacional* e da *cultura* com os atores do sexo masculino, embora em menor percentagem, mas sobretudo destacando-se na área da *sociedade*.

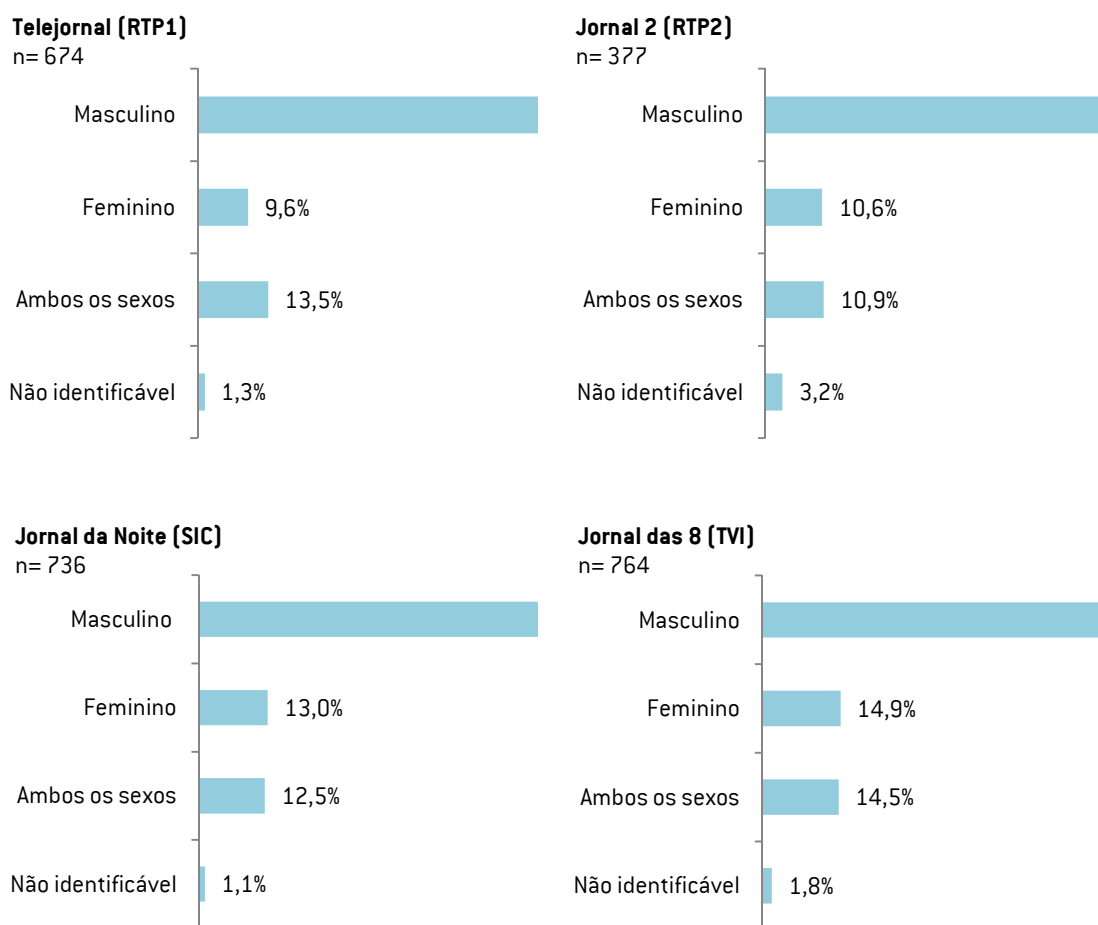
No ano em análise, a partir daquele trabalho de acompanhamento da informação diária, a ERC colaborou com a [Comissão de Igualdade de Género \(CIG\)](#) em resposta à medida 59<sup>6</sup> contida no V Plano Nacional para a Igualdade de Género, Cidadania e Não-Discriminação, identificando os protagonistas da informação diária e as áreas temáticas a que são afetos, neste caso relativos a 2014.

---

<sup>5</sup> Sobre as plataformas internacionais de intercâmbio entre as várias instâncias reguladoras consultar <http://www.erc.pt/pt/relacoes-internacionais>.

<sup>6</sup> V Plano Nacional para a Igualdade de Género, Cidadania e Não-Discriminação, 2014-2017, Área estratégica 6, relativa à Comunicação Social, medida 59, «Monitorizar de forma permanente e sistemática, os conteúdos mediáticos (jornalísticos e publicitários) identificando mensagens sexistas e estereotipadas».

Fig. 1 – Sexo dos atores principais das peças, por serviço de programas (2014)



Nota: Esta análise integra apenas as peças em que se identificaram atores

Assim, tal como em anos anteriores, são os protagonistas de sexo masculino que se evidenciam nos alinhamentos dos telejornais de horário nobre (72,8%) – destacando-se, em particular, em representação da área da *política nacional* e do *desporto*, reflexo da seleção temática dos blocos informativos. A presença de protagonistas do sexo feminino é diminuta (12,3%) estando também estas associadas à *política nacional* (em particular na figura da ministra das finanças, Maria Luís Albuquerque, Paula Teixeira da Cruz, ministra da justiça e as ministras da agricultura e da administração interna, Assunção Cristas e Anabela Rodrigues), *sociedade (familiares e figuras públicas e celebridades, mas também cidadãos comuns)* e *cultura* (atrizes e cantoras nacionais internacionais e artista plástica Joana Vasconcelos). As protagonistas surgem ainda associadas à área da *ordem interna* (enquanto *vítimas*, em particular, de violência doméstica), a *pequenas empresas e negócios*, a título de exemplo, na área da hotelaria e restauração, em menor número, na *política europeia*, enquanto representantes de estados e governos na figura de Angela Merkel, chanceler alemã e da infanta Cristina, em Espanha.

A ERC tem vindo a sensibilizar os operadores televisivos para diversificar as temáticas que integram os alinhamentos dos telejornais de horário nobre, contribuindo para o pluralismo e diversidade de temas, fontes e atores associados.

Por outro lado, apela também à diversificação de atores e fontes, no que ao género diz respeito, em atividades ou contextos sociais em que as *mulheres* estão presentes e que, por norma, continuam a ser representados na informação por *homens*.

## TRATAMENTO JORNALÍSTICO DO TEMA DA VIOLÊNCIA DOMÉSTICA E DE GÉNERO

No âmbito das análises específicas sobre as questões de género, em 2016, a ERC desenvolveu a análise das **modalidades de tratamento jornalístico do tema da violência doméstica e de género** nos jornais televisivos, em particular da violência doméstica. Para efeitos do presente projeto, a violência doméstica (entendida enquanto ato de violência física, sexual, psicológica ou económica) foi circunscrita às notícias relativas aos crimes ocorridos entre atuais ou ex-cônjuges ou parceiros, quer o infrator partilhe ou tenha partilhado, ou não, o mesmo domicílio que a vítima, independentemente do sexo (homem ou mulher) e da orientação sexual.

O estudo tem como objetivo geral a criação de um espaço de reflexão sobre o tratamento informativo da violência doméstica, através da análise estatística de indicadores construídos para a apreciação da informação noticiosa sobre estes conteúdos, nos blocos informativos de horário nobre dos operadores público (Telejornal, da RTP1 e Jornal 2, da RTP2) e privados (Jornal da Noite, da SIC e Jornal das 8, da TVI) de sinal aberto, entre 2013 e 2015.

Nesta análise torna-se possível identificar tendências relativamente a modelos de abordagem dos temas, protagonistas, formas de mediatização, fontes de informação, caracterização das vítimas e/ou dos agressores, entre outros elementos presentes nas peças noticiosas. Para além destes indicadores são também considerados outros aspetos com relevância para a verificação que o regulador faz relativamente às principais obrigações dos órgãos de comunicação regulados em termos de informação televisiva diária, como o respeito pela presunção de inocência, rigor, preservação da intimidade e vida privada, proteção de vítimas e de menores, sensacionalismo, etc.

Procura-se extrair conclusões, gerais e particulares, que contribuam para a adoção de medidas contempladas na legislação<sup>7</sup> e incentivar o compromisso dos meios de comunicação na prevenção e erradicação da violência doméstica.

## GRUPOS DE TRABALHO INTERNACIONAIS SOBRE MEDIA E GÉNERO

No âmbito da colaboração com as **redes internacionais** de entidades congéneres, a ERC integra, desde 2014, o **Grupo de Género do RIRM** ([Réseau des Instances de Régulation Méditerranéennes](#))<sup>8</sup>. No ano corrente, associou-se ao projeto sobre Pluralismo e Igualdade de Género no Desporto, cujos resultados serão divulgados no final de 2017 com dados de Marrocos, Espanha, Portugal e Croácia. São seus objetivos:

- Conhecer a realidade da cobertura desportiva nas estações públicas e privadas nos países do mediterrâneo;
- Promover a discussão e reflexão sobre o modo como o desporto é refletido pelos *media*, com o objetivo de promover a igualdade e o pluralismo num campo de particular influência social;

<sup>7</sup> Para além da verificação das obrigações cometidas à atuação dos órgãos de comunicação social, através deste projeto a ERC associa-se ao V Plano Nacional de Prevenção e Combate à Violência de Género, 2014-2017, nomeadamente à área estratégica 1 – Prevenir, sensibilizar e educar - Aumentar o nível de sensibilização e conhecimento sobre a violência doméstica e de género, medida 15) Divulgar o serviço de informação a vítimas de violência doméstica (SIVVD), em simultâneo com a divulgação de notícias sobre a violência doméstica e de género na comunicação.

<sup>8</sup> Cfr. «A ERC é um dos reguladores que integram a Plataforma para a Promoção da Igualdade entre Homens e Mulheres e a Luta contra os Estereótipos Baseados no Sexo», 23/06/2014, in <http://www.erc.pt/print/?info=YTozOntzOjEzOiJ0aXBvX2NvbhRldWRvltzOjg6Im5vdGJjaWFzljtzOjQ6ImxhbmciO3M6MjoicHQiO3M6MTE6ImIkX2NvbhRldWRvltzOjM6ImJc2NCI7fQ==>

- Colaborar ativamente na promoção de atividades que, em contexto de auto-regulação e co-regulação, poderão ser úteis para a promoção da igualdade no desporto e pluralismo e erradicar estereótipos e preconceitos discriminatórios;
- Promover a construção de instrumentos de colaboração e diálogo para eliminar a enorme diferença de género que ainda persiste no desporto, encorajando os *media* a prestarem a atenção devida às modalidades desportivas praticadas por mulheres e contribuir para a igualdade entre homens e mulheres no desporto;
- Orientar a adoção de acordos de auto-regulação e co-regulação e *guidelines* profissionais com o objetivo de erradicar a transmissão de estereótipos discriminatórios e adotar linguagem inclusiva, não sexista, no jornalismo desportivo e não utilizar o corpo das atletas para produzir notícias;
- Trabalhar conjuntamente para encorajar o jornalismo para contribuir para o pluralismo no desporto e para o conceito do desporto como um fator importante para o desenvolvimento pessoal e para transmitir valores e ideias sociais, educativos, culturais e fundamentais ao promover o desporto;
- Contribuir para a criação de um jornalismo crítico sobre as desigualdades e a discriminação no desporto.

Já em 2016, também no âmbito das redes internacionais de reguladores, a ERC iniciou uma **parceria com a Autoridade Reguladora da Comunicação de Cabo Verde (ARC)**, ao abrigo da troca de conhecimentos e experiências prevista nos Estatutos da PER ([Plataforma das Entidades Reguladoras da Comunicação Social dos Países e Territórios de Língua Portuguesa](#)).<sup>9</sup> Esta colaboração visa implementar ferramentas metodológicas e conceptuais que favoreçam a produção de dados comparativos em matérias relacionadas com a análise das modalidades de tratamento jornalístico do tema da violência doméstica e de género, simultaneamente apelando para a erradicação da violência doméstica e de género nas sociedades envolvidas.

---

<sup>9</sup> <http://plataforma-per.org/conteudo.php>

## A REGULAÇÃO DOS MEDIA DIGITAIS

### “NOVOS MEDIA - SOBRE A REDEFINIÇÃO DA NOÇÃO DE ÓRGÃO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL”

Em 2014, o Conselho Regulador deu o primeiro passo no sentido de estabelecer um modelo de regulação para os Novos Media, também designados de Media Digitais, com a elaboração de um estudo que viria a culminar na elaboração do relatório intitulado “Novos Media - Sobre a redefinição da noção de órgão de comunicação social”. O Regulador decidiu então submeter o documento a discussão interna e externa, através de um processo de consulta pública.

Terminado o processo de consulta pública do documento “*Novos Media - Sobre a redefinição da noção de órgão de comunicação social*”, procedeu-se à sua atualização face aos contributos recebidos pela ERC por várias entidades externas (instituições ligadas ao sector, agentes económicos e entidades académicas) e publicação do mesmo [Deliberação 202/2015 (OUT), de 12 de agosto de 2015]<sup>1</sup> no website da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (www.erc.pt).

Em 2016 este documento foi traduzido para inglês<sup>2</sup> e disponibilizado, junto com a versão original em português, no website da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (www.erc.pt).

Apresenta-se, de seguida, um resumo do estudo “Novos Media - Sobre a redefinição da noção de órgão de comunicação social”.

#### Objetivos:

- 1) Efetuar um levantamento dos novos desafios de regulação;
- 2) Procurar caminhos que possam dar a adequada resposta regulatória no interesse da livre difusão de informação e de proteção dos cidadãos, quer enquanto consumidores de conteúdos, quer enquanto atores de um novo espaço público mediático onde, muito graças ao quadro tecnológico atual, podem mesmo atuar como autores/produtores, conscientes ou involuntários, de conteúdos;
- 3) redefinir o conceito de órgão de comunicação social, no sentido de estabelecer quais os conteúdos que estarão sujeitos a regulação;
- 4) definir diferentes níveis de regulação, consoante a natureza de cada órgão de comunicação social;
- 5) discutir em que medida o quadro legal existente permite o apropriado enquadramento destes novos *media* e identificar pontos carecidos de alteração legislativa;
- 6) alertar para a interação entre produtores de conteúdos e utilizadores: o caso especial do conteúdo produzido por utilizador (UGC - *user generated content* ou, na expressão portuguesa, conteúdo gerado pelo utilizador).

---

1 <http://www.erc.pt/pt/estudos-e-publicacoes/novos-media/estudo-novos-media-sobre-a-redefinicao-da-nocao-de-orgao-de-comunicacao-social>

2 <http://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hiaXJvJjtzOjM4OiJtZWRRpYS9lc3R1ZG9zL29iamVjdG9fb2ZmbGluZS83NC4zLnBkZiI7czo2OjJ0aXR1bG8iO3M6NTA6InN0dWR5LW5ldy1tZWRRpYS1vbi10aGUtcmlkZWZpbml0aW9uLW9mLXR0ZS1tZWFWaW5nljt9/study-new-media-on-the-redefinition-of-the-meaning>

Tendo a Recomendação *CM/Rec(2011)7* do Conselho da Europa como referência, propõe-se a observância dos seguintes critérios:

#### CRITÉRIOS NÃO DETERMINANTES NA QUALIFICAÇÃO COMO OCS

- O suporte de difusão não determina (nem exclui) o que é órgão de comunicação social. Um média poderá utilizar diferentes suportes - papel, rádio, TV, Internet ou aplicação móvel – sem que tal deva ser tido em conta para a sua qualificação como órgão de comunicação social.
- O formato dos conteúdos não é fator determinante. Podem ser apresentados no formato vídeo, texto com vídeo, áudio, só texto, fotografia e texto, entre as mais variadas possibilidades que cada plataforma de difusão permite.
- A estrutura que aloja o órgão de comunicação social não é determinante. No caso dos órgãos de comunicação social clássicos, o suporte é também a plataforma de difusão. No que respeita aos conteúdos distribuídos através da Internet, com as potencialidades tecnológicas potenciadas pelo ambiente digital, as possibilidades são mais alargadas. Os meios tecnológicos utilizados na produção e distribuição dos conteúdos não devem ser tidos em conta, admitindo-se a sua apresentação em direto ou em diferido, numa plataforma de agregação de CGU, num site, numa página em formato de *blogue*, numa aplicação móvel. Em suma, para a definição do conceito de órgão de comunicação social não são determinantes a plataforma, o suporte físico, a distribuição e o dispositivo recetor.

#### CRITÉRIOS DETERMINANTES NA QUALIFICAÇÃO COMO OCS

- a) Produzir, agregar ou difundir conteúdo de *media*: apesar da atual mudança de paradigma, a finalidade e objetivos fundamentais dos *media* permanecem imutáveis. Assim, deve existir, por parte do prestador do serviço, um desejo de participação no espaço público, através da produção de conteúdos com a função de informar, divertir ou educar, bem como a existência de esforços para atingir uma vasta audiência.
- b) Controlo editorial: implica a existência de tratamento editorial e a organização como um todo coerente dos conteúdos produzidos (cfr. a coincidência com a redação do artigo 6.º, alínea e), dos Estatutos da ERC).  
O tratamento editorial define-se como o processo ou conjunto de atividades envolvidas na seleção, transformação e apresentação de conteúdos, com vista à sua divulgação pública através de um suporte mediático. O tratamento editorial pressupõe o planeamento da edição/programação de acordo com critérios editoriais, pelo que se revela sobretudo quando o prestador detém tal possibilidade num momento prévio à disponibilização dos conteúdos. Já a organização como um todo coerente envolve o planeamento e decisão da estrutura genérica do meio de comunicação, concretizando, entre outros aspetos, os níveis: editorial, temático, programático, gráfico, iconográfico. Pressupõe, por outro lado, o controlo da publicação/difusão através do respetivo meio de comunicação. Pressupõe ainda a autonomia de decisão no respeitante à seleção, elaboração e apresentação dos conteúdos. Implica também a disponibilização permanente do serviço e a sua atualização regular.
- c) Intenção de atuar como *media*: deve ser revelada através da existência, por exemplo, de métodos de trabalho típicos dos *media*, pelo respeito das normas profissionais e pela própria apresentação como *media*.
- d) Alcance e disseminação: é necessário que o prestador de serviço faça esforços reais para que o conteúdo produzido tenha uma dimensão de comunicação de massa. Não importa que o conteúdo tenha uma fraca audiência. O que é relevante é o seu público potencial. Também não é determinante ser ou não pago, desde que todos possam aceder.



- e) Respeito pelos padrões profissionais<sup>3</sup>: constitui indício de estarmos perante um órgão de comunicação social a observância dos deveres ético-legais aplicáveis à atividade jornalística. São igualmente indícios relevantes, a existência de conselhos de redação, provedores, procedimentos de queixa, direitos de resposta.
- f) Ser um serviço: com contrapartida económica em termos de utilizadores, anunciantes, poderes públicos ou simplesmente donativos.
- g) Competência Territorial: que o órgão de comunicação social esteja sob jurisdição portuguesa.
- h) Continuidade do projeto: poderá fazer sentido exigir um determinado período de maturidade ao projeto, a ser aferido pelos serviços da ERC após o pedido de registo.

A conjugação dos critérios acima enumerados requer um juízo cauteloso, uma vez que determinados critérios devem ser valorados com precedência sobre os demais. Tal sucede com o objetivo prosseguido, a existência de controlo editorial e o alcance e disseminação do meio.

À luz do *supra* exposto, pode sustentar-se que órgãos de comunicação social são entidades que prosseguem uma atividade de comunicação social, apresentando-se como um serviço, evidenciam respeito pelas normas da profissão, têm uma vocação expansiva e disponibilizam conteúdos submetidos a tratamento editorial e organizados como um todo coerente. Dentro destes destacam-se os órgãos de comunicação social de cariz noticioso que devem submeter-se a regras mais apertadas, porque o rigor que se quer na prestação de informação e o interesse público assim o exigem.

#### PRINCÍPIOS AOS QUAIS A REGULAÇÃO DEVERÁ OBEDECER

- ✓ Princípio do tratamento igualitário
- ✓ Princípio da neutralidade do suporte
- ✓ Princípio da não introdução de distorções à concorrência
- ✓ Princípio do pluralismo
- ✓ Princípio da necessidade, proporcionalidade e adequação da atividade regulatória

Após a qualificação de determinada realidade como órgão de comunicação social de acordo com os critérios trabalhados *supra*, importa decidir o nível de regulação a que estará sujeita. Assim, na esteira das orientações presentes na recomendação do Conselho da Europa acima referida e da Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual, preconiza-se a adoção de um quadro regulamentar diferenciado, tendo em conta o papel que cada um dos serviços de *media* desenvolve. Na prática, equivaleria a estabelecer diferentes níveis de regulação: clássica ou tradicional e regulação *light*, admitindo-se ainda que a regulação seja gradativa em situações que não se ajustem integralmente a um modelo de regulação *light* ou ao modelo de regulação clássica.

A regulação clássica ou tradicional consiste na extensão da regulação tipicamente incidente sobre os *media* tradicionais e a alguns dos novos *media*, ou seja, a submissão às normas legais aplicáveis à comunicação social e às disposições impostas pelo regulador no âmbito de processos de supervisão e monitorização mais intensos e aceitação da sua atuação na resolução de litígios com particulares ou defesa do direitos de jornalistas (conforme prerrogativas previstas nos estatutos da ERC). Atuação pedagógica, modeladora e sancionatória do regulador. Sujeição a processos mais burocráticos de

<sup>3</sup> O conceito de órgão de comunicação social é mais abrangente do que o conceito de órgão de comunicação social de carácter informativo.

Naturalmente as regras a que uns e outros estão vinculados são diferenciadas e mais densas no segundo caso.

registo e prestação de elementos necessário à apreciação da não concentração e transparência da propriedade, conforme a natureza do meio em questão.

A regulação *light* só se aplica aos órgãos de comunicação social de divulgação de conteúdos doutrinários, pedagógicos ou de entretenimento que não estão obrigados aos deveres jornalísticos de rigor informativo, contraditório e demais estatuições destinadas a assegurar a precisão da informação noticiosa. No entanto, ao exercerem uma atividade de media, os agentes que assim queiram posicionar-se, têm de respeitar direitos de terceiros e as demais normas legais que lhes sejam aplicáveis. A regulação *light* deve revelar-se também na criação de processos mais expeditos no que respeita à operacionalização do registo de meios e elementos a constar desse registo. Considera-se igualmente que o regime de taxas de regulação e supervisão deverá ser diferenciado e mais aligeirado no que concerne a prestadores sobre os quais recaia uma regulação *light* em homenagem ao princípio da proporcionalidade. Por último, através de uma regulação de modelo *light* evitar-se-á que as imposições regulatórias se transformem numa barreira à entrada de novos *players*.

Admite-se que, em alguns casos, dadas as características de hibridização de alguns media, se possa ter por mais adequada uma regulação gradativa que combine elementos da regulação clássica e da regulação *light*.

#### CRITÉRIOS DE DEFINIÇÃO DOS NÍVEIS DE REGULAÇÃO

A regulação *light* aplicar-se-ia apenas aos órgãos de comunicação social de natureza não informativa não lineares e em plataforma aberta, sendo estes critérios forçosamente cumulativos.

Poder-se-á aplicar uma regulação de intensidade gradativa aos órgãos de comunicação social de natureza não informativa lineares e em plataforma aberta (desde que concorrencial), sendo estes critérios forçosamente cumulativos.

Os restantes órgãos de comunicação social ficam sujeitos à regulação tradicional.

Os conceitos de plataforma aberta e de plataforma fechada foram operacionalizados pelo Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), da Bélgica. Entende-se um caso da plataforma aberta como um tipo de plataforma em que o editor pode difundir os seus conteúdos sem estar limitado à forma como é efetuada essa distribuição. Corresponderá, por exemplo, à Internet. Na plataforma fechada, a capacidade é limitada e gerida por um distribuidor. Para aceder, o editor tem de ter, em princípio, capacidade de distribuir ou aceder a um distribuidor. Corresponderá ao cabo, satélite e difusão por via hertziana.

Os serviços não lineares, não informativos, estão sujeitos a uma regulação *light*, porque funcionam a pedido, ou seja, é o público que seleciona os conteúdos que quer ver e estará, pelo menos na maior parte dos casos, prevenido e informado sobre eles. Os serviços não lineares de carácter informativo não podem responder apenas perante um padrão de regulação *light*, dadas as cautelas necessárias e normas jurídicas especialmente aplicáveis à produção de conteúdos noticiosos, cuja aplicabilidade não conhece restrição em função da plataforma ou da não linearidade do serviço.

Os serviços que se efetuam através de plataformas abertas (caso da Internet) estão sujeitos a uma regulação ligeira ou gradativa devido à possibilidade ilimitada de oferta. Nestes casos, considera-se que o público goza do poder de usufruir dos conteúdos que o próprio procura, ou seja, o acesso resulta de uma intenção de aceder.

No caso das plataformas fechadas, as escolhas do público encontram-se circunscritas aos conteúdos disponíveis numa determinada hora ou grelha. Portanto, é maior a necessidade de proteção nas plataformas fechadas onde a escolha é limitada.

A tabela abaixo esquematiza o tipo de plataforma utilizada e o nível de escolha de conteúdos permitido ao público. As combinações de ambos, em conjunto com a classificação do conteúdo como noticioso ou não noticioso, e salvo situações de não concorrência no mercado, determinarão a aplicação de uma regulação clássica, de uma regulação gradativa, ou de uma regulação ligeira.

**Fig. 1 Classificação dos meios de acordo com a distribuição e acesso do público**

Meios	Linear (impositivo)	Não linear (opcional)	Aberta	Fechada
Televisão	X			X
Rádio	X			X
WEB TV (com <i>streaming</i> )	X		X	
VOD (plataforma aberta)*		X	X	
WEB Radio (com <i>streaming</i> )	X		X	
Aplicação* (App's)		X	X	
Blogue*		X	X	
VOD (plataforma fechada, exemplo cabo)		X		X
Site*		X	X	

Regulação *light* aplica-se aos órgãos não informativos e em caso de verificação simultânea dos dois critérios

#### ENQUADRAMENTO LEGAL DOS NOVOS MEDIA

- a) o registo de órgãos de comunicação social
- b) Classificação dos órgãos de comunicação social de acordo com o meio para efeitos de registo e aplicação de regimes diferenciados de regulação

Proposta de classificação:

- ✓ Imprensa
- ✓ Rádio (engloba a rádio clássica e a rádio exclusivamente online)
- ✓ Audiovisual
  - a) televisão (linear - engloba televisão clássica, televisão exclusivamente online)
  - b) serviço de comunicação social a pedido (não linear)
- ✓ Meios multimedia (media like ou sítios informativos submetidos a tratamento editorial<sup>4</sup>)

<sup>4</sup> Esta última designação apresenta a vantagem de ser expressa em língua portuguesa, mas poderá ser mais restrita do que o termo *media like*.

Ora, admitindo-se o registo ou, conforme os casos, reconhecimento público dos novos *media*, deve também repensar-se quais os elementos que devem constar desse registo. Assim, qualquer órgão de comunicação social, independentemente do meio utilizado, deve conter no seu registo:

- ✓ identificação do proprietário (dados pessoais e contactos que permitam possíveis notificações)
- ✓ Identificação do responsável/editor pela orientação e supervisão dos conteúdos
- ✓ Identificação do responsável/editor de informação caso tenha conteúdos noticiosos
- ✓ estatuto editorial

O registo como órgão de comunicação social informativo não permite, por exemplo, a equiparação automática de um *bloguer* a jornalista. Não obstante a possibilidade de registo de um *blogue* como órgão de comunicação social informativo (verificados que estejam os elementos determinantes da sua identificação como um órgão de comunicação social), tal não significa que a Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ), órgão autónomo e com competências próprias, decida atribuir carteira profissional de jornalista ao *bloguer*. Também aqui se verifica outra assimetria<sup>5</sup> que carece de uma atuação concertada entre as duas entidades. Embora se sublinhe que a admissão destes profissionais como jornalistas (o que lhe permitirá a invocação do direitos inerentes à profissão) é matéria da competência da CCPJ, não tendo a ERC intenção de se pronunciar sobre esta.

Na sequência de algumas contribuições recebidas em sede de procedimento de consulta pública e atendendo ao facto de um dos propósitos deste trabalho ser o de “credenciar” os novos media de modo a que o público os possa reconhecer como uma fonte de conhecimento diferenciada, considera-se oportuna a criação de um selo identificativo que pode ser usado por estas entidades e atribuído na sequência do procedimento de reconhecimento público junto da ERC.

A atribuição desta prerrogativa - o uso do selo – pressupõe, conforme dito acima, a inscrição junto da ERC e para que essa inscrição seja efetuada o regulador irá qualificar o “candidato” de acordo com os critérios acima referidos, identificando a existência de um órgão de comunicação social.

O selo poderá ser retirado caso o regulador venha a verificar uma alteração do projeto editorial incompatível com o preenchimento dos ditos critérios que levaram à sua qualificação como órgão de comunicação social. De igual modo, poderá ser retirado o direito ao uso do selo àquelas entidades que incumprirem de modo gravoso as normas aplicáveis à comunicação social a que estão sujeitas.

#### UTILIZAÇÃO JORNALÍSTICA DE CONTEÚDO GERADO PELO UTILIZADOR

Dada a importância das recomendações constantes do referido relatório relativamente ao UGC – *User Generated Content*, decidiu-se pela autonomização do respetivo capítulo sob a forma de uma “carta de princípios” a adotar pelos Órgãos de Comunicação Social na utilização jornalística dos UGC, intitulada “Diretiva 2/2014 - Utilização jornalística de conteúdo gerado pelo utilizador”<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> Refira-se, no entanto, que a questão já foi colocada com respeito aos *media* tradicionais, tendo a Comissão da Carteira recusado a atribuição da carteira profissional de jornalista a profissionais da “Dica da Semana” apesar dessa publicação se encontrar registada na ERC como publicação periódica de informação geral. Outro caso a registar respeita a evolução do site “tugaleaks”, inicialmente desenvolvido como um sítio eletrónico pessoal de denúncia de situações ilegais, veio requerer o seu registo junto da ERC como publicação periódica de informação geral diária. Após o registo, o seu proprietário e diretor pediu a sua equiparação a jornalista junto da CCPJ, o que, alegadamente, lhe terá sido concedido.

<sup>6</sup><http://www.erc.pt/download/YToy0ntz0jg6lmZpY2hlaXJvJltz0jM50iJtZWRpYS9kZWVpc29lcY9vYmpIY3RvX29mZmxpbmUvMjQ4MC5wZGYiO3M6NjoIdGI0dWxvJltz0jE00iJkaXJldGI2YS0yMjAxNCI7fQ==/diretiva-22014>

Neste documento propõe-se um elenco de boas práticas a adotar no tratamento de UGC no contexto de produção jornalística, classificando-se os conteúdos em quatro categorias distintas:

1. UGC criado por um utilizador mas que um profissional editou e/ou incorporou num espaço informativo;
2. UGC com conteúdo autónomo mas sujeito a edição por um OCS;
3. UGC produzido por um profissional dos media em colaboração com especialistas;
- e 4. UGC fora do controlo editorial - Caso das redes sociais, fóruns, blogues, etc.

O documento elenca ainda *Guidelines* referentes às Categorias de UGC 1 e 3, incidindo sobre a necessidade de atender a especiais cuidados em três questões essenciais: 1. Confirmar veracidade; 2. Contextualizar a informação; e 3. Critérios na Divulgação do conteúdo.

Embora as redes sociais não sejam consideradas órgãos de comunicação social, esta linha de separação editorial não é perceptível para muitas pessoas, sobretudo quando se trata de páginas ou contas pertencentes a órgãos de comunicação social nessas redes sociais. Neste sentido, torna-se necessário adotar um conjunto de procedimentos que tenham em conta essa identificação com a atividade dos órgãos de comunicação social aplicáveis ao processo de recolha de informação e à partilha de conteúdos nas redes sociais, nomeadamente, quando o profissional dos media usa a “conta” oficial do órgão onde trabalha. Assim, enumeram-se, no supramencionado documento as *Guidelines* para a presença de órgão de comunicação social em redes sociais.

Finalmente enumeram-se *Guidelines* referentes à categoria 2 de UGC supramencionados, considerando os Tipos de moderação de comentários praticados pelos OCS, bem como um conjunto de pressupostos na determinação de regras de funcionamento e participação; tendo em vista a salvaguarda da liberdade de expressão e o respeito pela privacidade, o bom nome dos cidadãos e a rejeição do incitamento ao ódio, violência e discriminação étnica, racial e sexual.

### REGULAÇÃO DE PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS ELETRÓNICAS<sup>7</sup>

Do ponto de vista da liberdade de expressão, a Internet surgiu como um novo espaço público que possibilita a participação dos cidadãos nos assuntos da atualidade mediática potenciando assim a existência de uma nova forma de cidadania. Não obstante estarmos perante um espaço de discussão, que se quer público e o mais amplo possível e onde a liberdade de expressão deve ser salvaguardada, a verdade é que a divulgação destes conteúdos não cai nem num vazio legal nem num vazio de regulação.

Relativamente às publicações periódicas eletrónicas, a ERC tem defendido que «estamos perante a versão eletrónica de um jornal editado por uma empresa que prossegue “atividades de comunicação social”, e que, no essencial, corresponde à versão em papel com o mesmo título. Um jornal “online” não constitui, assim, um género diferente relativamente às publicações não digitais, e, muito menos relativamente à sua versão em papel».

Com efeito, o entendimento que tem sido postulado pela ERC é que a estas publicações deve aplicar-se, com as necessárias adaptações, a Lei de Imprensa<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> PEREIRA, Eulália; ALMEIDA, Margarida; PUGA, Pedro (2014) “Liberdade de expressão e regulação dos comentários online”, in Procuradoria-Geral da República [org.] Informação e liberdade de expressão na internet e a violação de direitos fundamentais, Lisboa, INCM, 91-104.

<sup>8</sup> A suportar esta interpretação temos o artigo 9.º da lei referida ao dispor que «integram o conceito de imprensa [...] todas as reproduções impressas de textos ou imagens disponíveis ao público, quaisquer que sejam os processos de impressão e reprodução e o modo de distribuição utilizado». Através da formulação «qualquer que seja o modo de distribuição utilizado», entendemos que o legislador deixa clara a intenção de incluir no âmbito de aplicação da Lei de Imprensa as publicações periódicas eletrónicas. Em defesa desta interpretação, também o Decreto-Regulamentar n.º8/99, de

## REGULAÇÃO DOS COMENTÁRIOS ONLINE<sup>9</sup>

No que diz respeito à regulação dos comentários *online*, o cerne da problemática encontra-se, por um lado, na compatibilização entre os diferentes direitos fundamentais e, por outro lado, na definição das balizas que norteiam a responsabilidade editorial dos Órgãos de Comunicação Social. Esta questão tem suscitado um amplo debate quer nacional, quer internacional. Com efeito, alguns defendem que muito do sucesso dos novos media deve-se à liberdade, atualidade e imediatismo que os comentários *online* permitem no contexto da Internet. O espaço público torna-se, desta forma, mais democrático, não sendo apenas aqueles que têm palco nos media tradicionais a aceder a este espaço.

Acontece que, no contexto da comunicação social, esta janela para o mundo, para além de oferecer as imensas virtualidades apontadas, pode tornar-se terreno fértil para a violação de direitos fundamentais dos cidadãos tais como o direito ao bom nome e reputação, o direito a não ser discriminado, o não incitamento ao ódio e à violência, entre outros.

Importa também ressaltar que os espaços dedicados a comentários de leitores são espaços dos OCS, destinados aos leitores (um serviço) e não, *strictu sensu*, espaços dos leitores. São ferramentas/serviços do próprio OCS, proporcionados, livremente, aos leitores pelos próprios OCS. Um OCS não deixa de sê-lo por estar online. Do mesmo modo, um espaço disponibilizado pelo próprio OCS, no seu próprio sítio online, sob a sua chancela – a sua marca –, não deixa de estar sob a responsabilidade editorial do mesmo<sup>10</sup>.

Perante este panorama, o Conselho Regulador tem entendido que os comentários às notícias divulgadas *online* constituem parte integrante da publicação eletrónica, sendo o diretor do jornal responsável último pela sua divulgação<sup>11</sup>, devendo por isso, na publicação destes comentários<sup>12</sup>, atender às especiais responsabilidades que impendem sobre um órgão de comunicação social e que já foram sendo aqui elencadas.

Por outro lado, perante suspeita de cometimento de um ilícito de natureza criminal num comentário a uma notícia divulgada pela Internet, não tendo a ERC competência em matéria criminal, deve esse mesmo caso ser remetido de imediato para os serviços do Ministério Público para que lhe seja dado o encaminhamento devido.

---

9 de junho, prevê, no artigo 13.º, que «as entidades proprietárias de publicações periódicas electrónicas não podem iniciar a sua edição, mesmo que eletrónica, antes de efetuado o registo», o que revela a intenção do legislador em equiparar as edições eletrónicas às publicações periódicas.

9 Ibid.

10 Neste sentido, pode um OCS no seu sítio online, ou um OCS exclusivamente online, clamar que num espaço proporcionado por si não tenha qualquer responsabilidade sobre o que lá se profere, defende e divulga? Deve o diretor de uma publicação periódica eletrónica ser responsabilizado pelo teor dos comentários às notícias publicadas nas suas edições *online*?

11 Ver, a título de exemplo [DELIB. 2/CONT-NET/2012]

12 A publicação dos comentários não deve ser feita assim de forma acrítica pelo jornal, cabendo, em última análise, ao diretor a decisão de publicar ou não determinado comentário. Esta decisão, que se traduz num ato de validação ou não, configura-se como um ato de natureza editorial, uma vez que pressupõe a análise e seleção dos comentários que vão ser publicados ou então envolve a decisão de abrir um espaço de comentários às notícias divulgadas online.

### 1. Nota introdutória

O objetivo deste capítulo consiste em fornecer uma visão geral dos *media* em Portugal em 2016. Nos pontos que se seguem, apresenta-se uma caracterização geral da oferta e dos padrões de consumo dos diferentes meios de comunicação, traçada a partir da sistematização e da análise de dados de consumo divulgados pelas seguintes fontes:

- Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (APCT).
- Autoridade Nacional das Comunicações (ANACOM).
- Comissão de Análise de Estudos de Meios (CAEM).
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC).
- Instituto Nacional de Estatística (INE).
- Marktest.

No primeiro ponto, sobre televisão, é analisada a informação relativa ao mercado, estrutura de programação e acesso ao serviço em Portugal, sendo ainda descritos os consumos e as audiências dos serviços de programas generalistas, do cabo/outros ou da *payTV*/outros (categoria que, para além dos canais de subscrição, engloba os serviços de vídeo, videojogos e outros equipamentos periféricos). No ponto consagrado à rádio descreve-se sumariamente a paisagem radiofónica em Portugal, o tempo médio de audição e o *share* de audiência dos vários grupos e estações de rádio. No ponto dedicado à imprensa é analisada a circulação dos vários segmentos editoriais e a sua evolução nos dois últimos anos. No último ponto, são analisados os consumos de internet.

Os dados das fontes consultadas, pela sua natureza intrínseca, bem como pelas amostragens e metodologias subjacentes à sua obtenção, não possibilitam leituras cruzadas, mas sim uma compreensão da temática tratada e, portanto, permite atingir o objetivo deste capítulo, ou seja, obter uma visão geral dos *media* em Portugal.

Antes de analisar a oferta e consumos dos meios de comunicação referidos, serão apresentadas as principais tendências e temas que marcaram o mercado dos *media* no país em 2016.

### 2. *Media*: Factos e tendências de 2016

**Após o impasse com a MEO, o *Porto Canal* voltou à NOS.** No final de 2015, os direitos de transmissão dos jogos de futebol dos clubes portugueses foram renegociados e as principais operadoras de telecomunicações, a NOS e a MEO, assinaram contratos com diversas equipas da primeira e segunda Liga Portuguesa de Futebol para ter os direitos televisivos das competições. Em fevereiro de 2016 a MEO, operadora que comprou os direitos televisivos do F.C. Porto, decidiu suspender o acesso dos clientes da NOS ao *Porto Canal*, por causa de desacordos relativos às condições de distribuição dos jogos. Cabe salientar que a NOS adquiriu os direitos televisivos dos jogos do Benfica e do Sporting e da comercialização dos canais *BTV* e *Sporting TV*. Depois de quase cinco meses, as operadoras chegaram a um acordo para a «disponibilização recíproca de direitos de transmissão relativos a eventos desportivos, bem como de direitos de transmissão e distribuição de canais de desporto e canais de clubes»<sup>1</sup>, acordo que também foi subscrito pela Vodafone e a Nowo.

**A Netflix lidera no serviço de *streaming* em Portugal, mas com uma baixa penetração.** Em 2015, diversas plataformas de *video streaming*, como Netflix, FoxPlay e NPlay, surgiram no mercado português como serviço de televisão não linear mediante pagamento, mas a recetividade tem sido baixa. Segundo o inquérito *Information and Communication Technologies in households and by*

---

<sup>1</sup> Comunicado que a NOS enviou à Comissão do Mercado de Valores Mobiliários. Sistema de difusão de informação/CMVM, obtido em 23 de maio de 2017 de <http://web3.cmvm.pt/sdi/emitentes/docs/FR60951.pdf>

*individuals*, citado pela ANACOM<sup>2</sup>, em Portugal 9,0 % dos utilizadores de internet visualizam conteúdos de vídeo a partir de serviços a pedido, valor que representa 12 pontos percentuais abaixo da média europeia. Também a ANACOM<sup>3</sup> indica que, no quarto trimestre de 2016, 4,1 % dos indivíduos com 10 ou mais anos aderiram pelo menos a um serviço de *video streaming*. A Netflix teve uma penetração de 2,8 % e os restantes serviços tiveram uma penetração inferior a 1 % [FoxPlay e NPlay].

**A televisão é o meio dominante nas crianças e a internet é o menos frequente entre elas.** O estudo *Crescendo entre ecrãs: Usos de meios eletrónicos por crianças (3-8 anos)*, elaborado pela ERC em parceria com a Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, revela que 94 % das crianças veem televisão todos os dias ou quase e em média o tempo de visionamento é igual a 1 hora e 41 minutos por dia, valor que aumenta aos fins-de-semana. É importante destacar que a frequência de visionamento decresce com o aumento do estatuto socioeconómico dos pais. O estudo refere ainda que os programas de desenhos animados e o *Canal Panda* são os preferidos das crianças e o consumo de canais generalistas é mais frequente em crianças com famílias com um baixo nível de escolaridade. No que diz respeito à internet, 38 % das crianças faziam uso da rede, sendo mais frequente nas crianças de famílias de estatuto socioeconómico alto e com idades compreendidas entre os 6 e os 8 anos.

**O sistema de audimetria de televisão da CAEM/GfK passou a incluir os dados do consumo de televisão em diferido.** Esta nova metodologia procura ajustar-se aos novos hábitos dos telespectadores, onde cada vez mais é frequente fazer gravações dos conteúdos televisivos ou recuar na programação, ou seja, permite o visionamento dos conteúdos de forma não linear. Os dados de audiências apresentados neste relatório consideram este tipo de consumo.

**Cabovisão alterou o seu nome para Nowo.** Em outubro de 2016, a operadora de telecomunicações apresentou um novo modelo de negócios e estabeleceu como objetivo alcançar, em dois anos, 10% da quota do mercado de telecomunicações. No final de 2016, a Nowo detinha 5,0 % da quota de subscritores de serviços prestados em pacote *multiple play* (serviço telefónico fixo e móvel, banda larga fixa e móvel e televisão por subscrição), representando o valor mais baixo entre os seus concorrentes.

**Aos quatro canais generalistas em sinal aberto, somaram-se, no final de 2016, os canais temáticos RTP3 e RTP Memória.** Com o objetivo de aumentar a oferta da TDT, o governo aprovou a transmissão em sinal aberto de dois canais da estação de serviço público RTP, o canal informativo RTP3 e o canal de história e documentários RTP Memória. Este processo de ampliação faz parte da decisão do governo anunciada na Resolução do Conselho de Ministros nº37-C/2016<sup>4</sup>, que também refere a atribuição, através de concurso público, de duas licenças para operadores privados.

### 3. Televisão

#### 3.1. O mercado da televisão

De acordo com o *Anuário de Media & Publicidade 2016* da Marktest, 84,1 % dos portugueses contactaram com a televisão. As mulheres, os mais idosos (indivíduos com mais de 64 anos) e os indivíduos com menores possibilidades económicas, pertencentes à classe social D e E, são os maiores consumidores deste meio.

---

<sup>2</sup> ANACOM, *Serviços over-the-top (OTT): Utilização de instant messaging, chamadas de voz e outras aplicações online em Portugal e na U.E.*, 2016.

<sup>3</sup> ANACOM – *Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão por Subscrição*, 2016.

<sup>4</sup> Resolução do Conselho de Ministros nº 37-C/2016, de 8 de julho. Diário da República, obtido em 01 de junho de 2016 de <https://dre.pt/application/file/74907898>



Em 2016, os portugueses viram mais televisão face ao ano anterior. Segundo a Marktest, cada português viu em média 4 horas 46 minutos e 53 segundos de televisão por dia, o que corresponde a mais 3 minutos e 25 segundos do que no ano passado.

**Fig. 1 - Tempo Médio de Visionamento televisivo e Share de audiência, 2016\***

Canal	ATV	Share (%)
RTP1	00:39:14	13,7
RTP2	00:05:49	2,0
SIC	00:50:26	17,6
TVI	01:01:35	21,5
Pay TV	01:44:24	36,4
Outros	00:25:05	8,7
<b>Total</b>	<b>04:46:53</b>	<b>100,0</b>

\*Tempo Médio de Visionamento (ATV): Tempo médio que cada indivíduo do universo despendeu a ver um canal/suporte/programa. Expresso em horas, segundos e minutos.

Share de audiência (%): quota de audiência de cada canal/programa/suporte calculado a partir do tempo total despendido a ver esse canal/programa/suporte relativamente ao tempo total despendido a ver televisão.

Fonte: Marktest - *Anuário de Media & Publicidade 2016*.

A televisão de acesso livre em Portugal é emitida de forma digital desde 2012, através do serviço de TDT, e disponibiliza ao público sete canais – RTP1, RTP2, RTP3, RTP Memória, SIC, TVI e ARTV<sup>5</sup> – que, comparativamente com os países europeus, resulta na oferta menos variada. Salienta-se que dois destes canais, a RTP3 e a RTP Memória, iniciaram a sua transmissão na TDT em dezembro de 2016.

De acordo com a ANACOM<sup>6</sup>, a qualidade do sinal da TDT foi muito boa no segundo semestre de 2016, atingindo uma disponibilidade de 99,5 % e uma estabilidade de serviço elevada. No entanto, o número de famílias portuguesas que conta exclusivamente com este serviço é reduzido e cada ano aumenta o número de assinantes de televisão por subscrição.

A taxa de penetração da televisão por subscrição, em 2016, considerando o total de alojamentos familiares clássicos<sup>7</sup>, atingiu os 62 assinantes por cada cem alojamentos; valor que sobe para 90 assinantes se se tiver em conta as famílias clássicas<sup>8</sup> como agregado. De facto, estes indicadores sugerem que é reduzido o número de famílias que conta exclusivamente com o serviço de TDT.

Em valores absolutos, o número de subscritores, no final de 2016, atingiu os 3,67 milhões que, comparativamente com o ano anterior, representa um aumento de 145 mil assinantes, ou seja uma variação positiva de 4,1 % face a 2015.

O mercado de televisão por subscrição é dominado por dois operadores, a NOS com uma quota de assinantes de 43,5 % e a MEO com 38,9 %. Ambos os operadores apresentaram diminuições na quota de assinantes de televisão por subscrição, sendo a Vodafone o único prestador que, através da ampliação da rede de fibra ótica, aumentou a sua quota de assinantes.

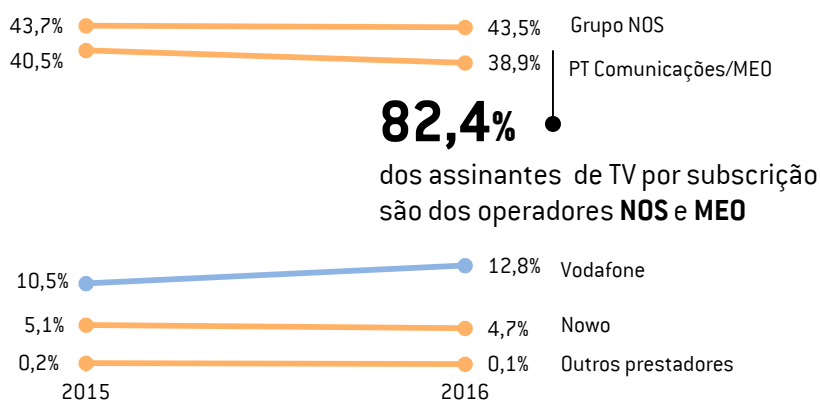
<sup>5</sup> Os canais RTP Madeira e RTP Açores também são canais de acesso não condicionado livre que se transmitem nas respetivas Regiões Autónomas.

<sup>6</sup> ANACOM, *Relatório de Qualidade de Serviço TDT, 2º Semestre 2016*.

<sup>7</sup> Segundo o INE, o alojamento familiar clássico está constituído por uma divisão ou conjunto de divisões e seus anexos num edifício de carácter permanente ou numa parte estruturalmente distinta do edifício, devendo ter uma entrada independente que dê acesso direto ou através de um jardim ou terreno a uma via ou a uma passagem comum no interior do edifício (escada, corredor ou galeria, entre outros).

<sup>8</sup> Segundo o INE, considera-se família clássica o conjunto de pessoas que residem no mesmo alojamento e que têm relações de parentesco (de direito ou de facto) entre si, podendo ocupar a totalidade ou parte do alojamento. Considera-se também como família clássica qualquer pessoa independente que ocupe uma parte ou a totalidade de uma unidade de alojamento.

**Fig.2 - Quotas de assinantes por prestador do serviço de televisão por subscrição, 2015 - 2016**



Fonte: ANACOM – Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão por Subscrição, 2016.

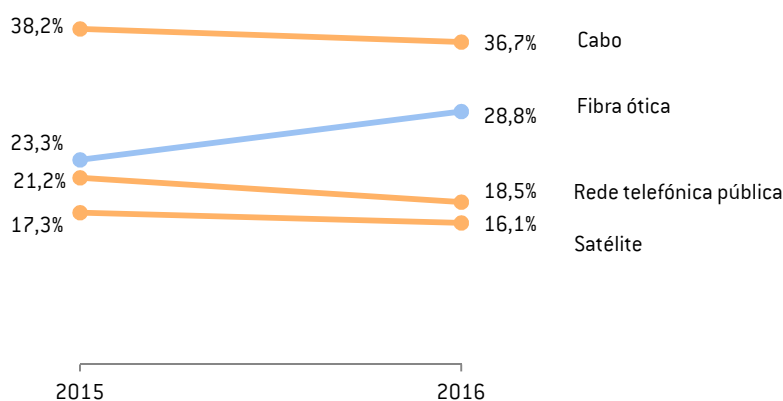
Nos últimos anos, a televisão paga em Portugal tem-se caracterizado essencialmente pelo modelo de comercialização dos operadores (ofertas em pacote) e pela ampliação das redes e serviços de alta velocidade.

Segundo a ANACOM, no final de 2016, 90,4 % dos assinantes do serviço de televisão por subscrição dispunham deste serviço integrado com outros (em pacote), como banda larga fixa, banda larga móvel, telefone fixo e telemóvel, sendo a subscrição de cinco serviços a situação contratual mais usual (39,2 %).

Por seu lado, numa análise comparativa das modalidades de acesso entre 2015 e 2016, destaca-se a rede de cabo como a principal forma de acesso ao serviço de televisão por subscrição (36,7%), mas com uma diminuição do número de subscritores face a 2015, de 1,5 pontos percentuais (p.p.).

A fibra ótica é a segunda tecnologia de acesso com maior número de subscritores (28,8 %) e aumentou 5,5 p.p. de 2015 para 2016. Este aumento deveu-se maioritariamente às atividades da Vodafone.

**Fig.3 - Distribuição dos assinantes de televisão por subscrição por modalidades de acesso, 2015-2016**

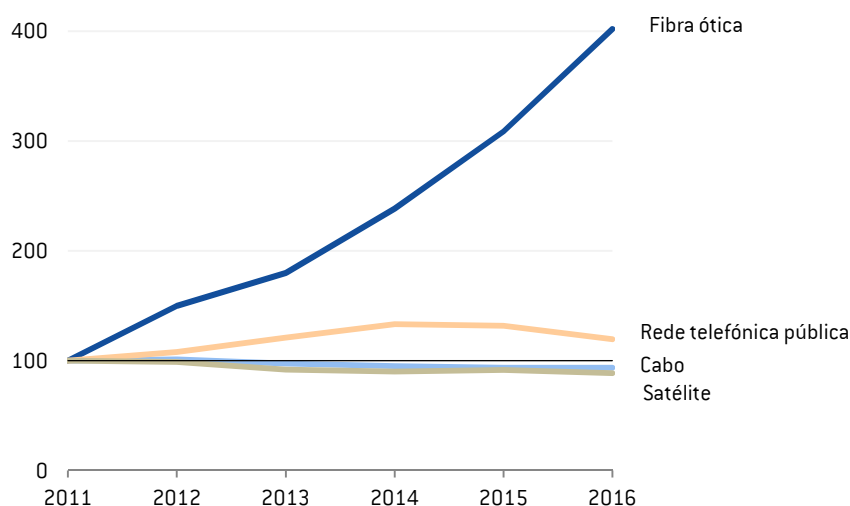


Fonte: ANACOM – Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão por Subscrição, 2016.

O acesso ao serviço através da rede telefónica pública e satélite prosseguiram a tendência de descida, com quedas de 2,8 p.p. e 1,2 p.p. face a 2015, respetivamente. A diminuição do número de subscritores da rede telefónica pública está relacionada com o aumento do número de alojamentos cablados por redes de nova geração, como a fibra ótica, que a substituem. Por seu lado, a queda do número de assinantes suportados na rede de satélite poderá estar relacionada com o lançamento, no segundo trimestre de 2014, de ofertas que integram os serviços de televisão por satélite, internet e voz através de tecnologia 4G.

Analisando a evolução destas modalidades de acesso, permite afirmar que a fibra ótica é a tecnologia que mais tem contribuído para o aumento do número de assinantes nos últimos anos. Em 2016, face a 2011, quadruplicou o número de subscritores de serviços baseados nesta tecnologia. Outra tecnologia de acesso que cresceu nos últimos seis anos foi a rede telefónica pública, com um aumento do número de assinantes igual a 19,6 %. Por seu lado, o número de subscritores através das redes de cabo e satélite tem diminuído, com quebras de 6,3 % e 11,4 %, respetivamente.

**Fig.4 - Evolução do número de assinantes de televisão por subscrição segundo modalidades de acesso, 2011 – 2016 (2011=100)\***



\*Índice de Base Fixa.

Fonte: ANACOM – Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão por Subscrição, 2016.

### 3.2. Oferta televisiva

Considerando a oferta televisiva, em 2016 transmitiam-se aproximadamente 220 canais em Portugal, dos quais 60 se encontravam sob jurisdição da ERC. Deste conjunto, 13 estão classificados como generalistas e 47 como temáticos ou dirigidos a públicos-alvo específicos (v. Anexo Fig. A1).

Fig. 5 - Canais que emitem sinal em Portugal sob jurisdição da ERC, 2016



\*Valor aproximado tendo em conta a oferta dos principais operadores de televisão por subscrição (ME0, NOS, Vodafone e Nowo).  
Fonte: ERC.

A maior parte dos serviços de programas temáticos são desportivos (12 canais), seguidos dos canais dedicados a filmes e séries (nove) e entretenimento (seis).

Tendo em conta o acesso, oito canais são de acesso não condicionado livre ou em sinal aberto<sup>9</sup>, 38 de acesso não condicionado com assinatura ou canais cabo e 14 de acesso condicionado ou canais *premium*. Em 2016, a ERC autorizou quatro canais cabo, dos quais dois desportivos (*Fuel TV* e *Sport TV+*), um religioso (*Kuriakos TV*) e um exclusivo do operador NOS (*Canal NOS*)<sup>10</sup>.

A maior parte dos lares portugueses com televisão por subscrição contratou uma oferta de mais de 80 canais. De acordo com o Barómetro das Telecomunicações da Marktest – Rede Fixa, citado pela ANACOM, 79,7 % dos lares com televisão por subscrição dispunham de mais de 80 canais no final de 2016, o que equivale a um aumento de 1,6 p.p. face ao ano anterior. A mesma fonte indica que em 15,3 % dos lares se registava o acesso a canais *premium*, ou seja, menos 3,3 p.p. face a 2015, sendo o valor mais baixo registado desde o segundo trimestre de 2009.

### 3.3. Audiências televisivas<sup>11</sup>

Os canais cujo acesso está condicionado à televisão por subscrição têm vindo a ganhar em Portugal maior importância, em detrimento da oferta disponibilizada pelos serviços de programas de acesso livre, facto que se evidencia através de uma análise evolutiva do *share* de audiência. Embora os canais generalistas em sinal aberto – *RTP1*, *RTP2*, *SIC* e *TVI* – continuem a captar, na sua totalidade, a preferência dos espectadores (54,8 % de *share*), os difundidos através de outras plataformas, nomeadamente o cabo, aumentaram a sua quota de audiência, atingindo em 2016 um *share* de 45,1 % (+3,1 p.p. face a 2015).

<sup>9</sup> O canal *ARTV* não é considerado nesta contagem por estar registado no parlamento. Na ERC encontram-se apenas autorizados oito «canais» de acesso não condicionado livre: *RTP1*, *RTP2*, *RTP3*, *RTP Memória*, *RTP Madeira*, *RTP Açores*, *SIC* e *TVI*. Os «canais» *RTP Madeira* e *RTP Açores* são transmitidos nas respetivas Regiões Autónomas.

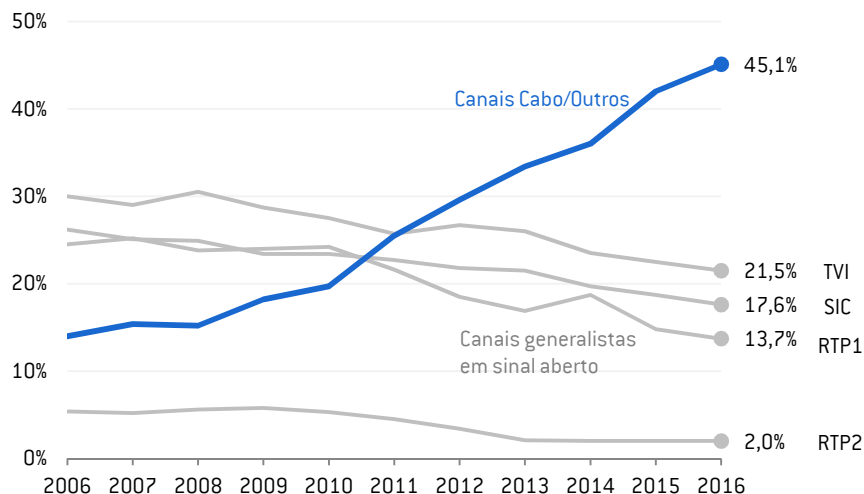
<sup>10</sup> Cf. no presente Relatório de Regulação o capítulo Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social.

<sup>11</sup> O estudo de medição de audiências de televisão, em Portugal, é disponibilizado pela CAEM, com base em dados da GfK Marketing Services SA. O sistema de audimetria de televisão utiliza um painel de 1.100 lares. Em cada um destes lares está instalado um audímetro por cada aparelho de televisão em uso. Cada uma destas unidades grava o comportamento de visionamento televisivo dos diferentes membros da família. Em termos médios, o painel é de cerca de 3.000 pessoas.

Para a recolha e processamento de dados de audiências é utilizada a tecnologia *audiomatching*, que permite assegurar a medição independentemente dos tipos de emissor, das plataformas de distribuição e de todos os formatos de aparelhos de receção de televisão.

Em 2016, foi incluído na medição das audiências o consumo do tempo de visionamento em diferido.

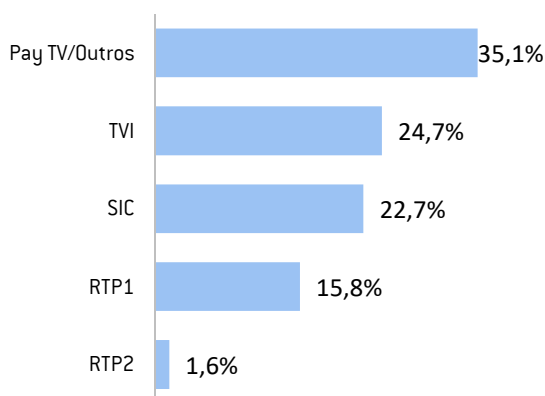
**Fig. 6 - Share de audiência nos canais generalistas em sinal aberto vs. cabo/outros, 2006 - 2016\***



Fonte: Marktest – Anuário de Média & Publicidade 2016.

Entre os canais generalistas de acesso livre, a *TVI* continua a ser o preferido pelas audiências, seguido da *SIC* e da *RTP1*. Estes canais perderam de 2015 para 2016 um ponto percentual no *share* de audiência. Por seu lado, a *RTP2*, o canal em sinal aberto com menor quota de audiência, não experimentou alterações face a 2015. No horário nobre, esta tendência mantém-se.

**Fig. 7 - Share de audiência em horário nobre (20h – 23h), 2016**



Fonte: Marktest – Anuário de Média & Publicidade 2016.

Em 2016, as competições de futebol continuaram no *top* dos programas mais vistos nos canais em sinal aberto. Neste ano, as transmissões de vários jogos do campeonato europeu de futebol, UEFA Euro 2016, ocuparam sete das dez posições. A competição mais vista foi entre Portugal e País de Gales nas meias-finais, com uma audiência média de 3,72 milhões de espectadores e uma quota de audiência igual a 78,1 %, seguida da final Portugal vs. França onde, por cada dez portugueses que viam televisão àquela hora, oito viram esta competição. Cabe destacar que todos os programas que fazem parte do *top* 10 foram transmitidos pela *RTP1*.

**Fig. 8 - Top 10 dos programas mais vistos nos canais generalistas em sinal aberto, 2016**

Canal	Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
RTP1	6-jul	EURO 2016 - MEIAS FINAIS: PORTUGAL X PAIS DE GALES	38,4	78,1
RTP1	10-jul	EURO 2016 - FINAL: PORTUGAL X FRANÇA	38,2	80,5
RTP1	30-jun	EURO 2016 - QUARTOS DE FINAL: POLONIA X PORTUGAL	37,6	71,0
RTP1	14-jun	EURO 2016 - FASE DE GRUPOS: PORTUGAL X ISLANDIA	35,2	68,6
RTP1	25-jun	EURO 2016 - OITAVOS DE FINAL: CROACIA X PORTUGAL	31,4	71,3
RTP1	18-jun	EURO 2016 - FASE DE GRUPOS: PORTUGAL X AUSTRIA	28,8	67,7
RTP1	13-abr	LIGA DOS CAMPEÕES: BENFICA X BAYERN MUNIQUE	26,0	53,2
RTP1	7-jul	EURO 2016 - MEIAS FINAIS: ALEMANHA X FRANÇA	25,8	58,8
RTP1	13-nov	FUTEBOL - MUNDIAL 2018 - QUALIFICAÇÃO: PORTUGAL X LETONIA	24,1	50,2
RTP1	5-abr	LIGA DOS CAMPEÕES: BAYERN MUNIQUE X BENFICA	23,3	48,9

Nota: Sem programas repetidos.

Fonte: CAEM.

O top10 dos programas mais vistos, excluindo o futebol, posiciona a telenovela da TVI “A Única Mulher” (segunda e terceira temporada) nas primeiras duas posições. Além da ficção, os serviços noticiosos da TVI, “Jornal das 8”, e da SIC, “Jornal da Noite”, entraram neste ranking ocupando a terceira e a sexta posição, respetivamente. Os programas de entretenimento “Got Talent Portugal” transmitido na RTP1, “Masterchef Junior” e “A Tua Cara não me é Estranha”, da TVI, também fizeram parte deste ranking com a sétima, oitava e nona posição, respetivamente.

**Fig. 9. Top 10 dos programas mais vistos nos canais em sinal aberto, excluindo o futebol 2016**

Canal	Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
TVI	6-abr	A UNICA MULHER II	18,7	36,6
TVI	2-mai	A UNICA MULHER III	18,6	37,4
TVI	22-mai	JORNAL DAS 8	17,9	41,0
SIC	12-jan	CORAÇÃO D'OURO	16,4	32,4
TVI	12-set	A IMPOSTORA	15,3	34,6
SIC	12-jan	JORNAL DA NOITE: FUTURO HOJE	15,3	29,7
RTP1	28-fev	GOT TALENT PORTUGAL	15,2	30,8
TVI	19-jun	MASTERCHEF JUNIOR	15,1	36,8
TVI	22-out	A TUA CARA NAO ME E ESTRANHA	15,1	38,6
SIC	25-abr	E SE FOSSE CONSIGO?	15,0	31,1

Nota: Sem programas repetidos.

Fonte: CAEM

Tendo em conta os programas mais vistos por canal, os programas desportivos, nomeadamente as competições de futebol, também dominaram as primeiras posições. Na RTP1, as transmissões de jogos de futebol ocuparam todas as posições (v. Anexo Fig. A2). Na RTP2, diversos programas desportivos, como competições de futsal, jogos olímpicos do Rio de Janeiro 2016, ciclismo e hóquei em patins, ocuparam nove posições no top, sendo a série “Príncipe” o único programa de outro género do ranking (v. Anexo Fig. A3). No caso da SIC, cinco competições da Liga Europa ocuparam as primeiras posições do ranking dos dez programas mais vistos, bem como as telenovelas “Coração d’Ouro”, “Rainha das Flores” e “Amor Maior”, que atingiram a quinta, a oitava e a decima posição, respetivamente (v. Anexo Fig. A4). Na TVI, além das competições de futebol que dominaram o top, a telenovela “A Única Mulher” (segunda e terceira temporadas) e o noticiário “Jornal das 8” ocuparam a quarta, quinta e sétima posição, respetivamente (v. Anexo Fig. A5).

No cabo, os espectadores continuaram a preferir os canais dedicados a filmes e séries, seguido dos canais infantis e de informação. Os canais de desporto e documentário foram os que registaram níveis de share de audiência<sup>12</sup> mais baixos.

<sup>12</sup> A análise dos dados de audiência aqui apresentada é realizada para o âmbito lares com TV por subscrição. Na tipologia de canais de payTV foram apenas considerados aqueles que apresentaram no período em análise programação falada, dobrada ou legendada na língua portuguesa.

**Fig. 10 - Tempo Médio de Visionamento e Share de audiência dos canais cabo por macro géneros, 2016**

Macro género	ATV	Share [%]
Filmes e séries	00:36:51	12,8
Infantil	00:25:22	8,8
Informação	00:24:49	8,6
Entretenimento/Lifestyle	00:11:01	3,8
Generalista	00:09:52	3,4
Desporto	00:06:23	2,2
Documentário	00:06:09	2,1

Fonte: Markttest – Anuário de Media & Publicidade 2016.

No entanto, os programas relacionados com futebol ocuparam sete posições do *ranking* dos programas mais vistos no cabo em 2016, nomeadamente transmitidos pela *TVI24*. Neste *ranking*, também o noticiário da *TVI24* “21ª Hora” ocupou a quarta posição e os jogos de futsal do Euro 2016 entre Portugal e Servia e do apuramento para o campeonato do Mundo 2016, entre as mesmas equipas, ocuparam a segunda e a oitava posição, respetivamente (v. Anexo Fig. A6).

### 3.4. Audiências por géneros televisivos

Nos pontos seguintes pretende-se conhecer os programas mais vistos transmitidos nos canais generalistas de acesso livre por géneros televisivos.

#### 3.4.1. Informativos

Em 2016, o programa informativo mais visto nos canais generalistas em sinal aberto foi a edição de 22 de maio do noticiário “Jornal das 8”, da *TVI*, edição que destacou o jogo da Taça de Portugal, onde o Sporting de Braga venceu a competição portuguesa de futebol. O magazine informativo “E se Fosse Consigo?” de 25 abril ocupou a segunda posição do *ranking* com uma audiência média de 1,46 milhões e 31,1 % de *share*. Outros noticiários em horário nobre, como o “Telejornal” da *RTP1* e o “Jornal da Noite” da *SIC* fazem parte deste *top 5* na terceira e quarta posição, respetivamente.

**Fig. 11 - Top 5 dos programas informativos mais vistos nos canais generalistas em sinal aberto, 2016**

Canal	Data	Programa	Rating [%]	Share [%]
TVI	22-mai	JORNAL DAS 8	17,9	41,0
SIC	25-abr	E SE FOSSE CONSIGO?	15,0	31,1
RTP1	22-jun	TELEJORNAL	14,4	43,5
SIC	1-jan	JORNAL DA NOITE	13,5	31,5
TVI	24-jan	PRESIDENCIAIS 2016: A NOITE ELEITORAL	13,1	26,5

Nota: Sem programas repetidos.

Fonte: CAEM.

#### 3.4.2. Ficção

Neste género destacam-se as telenovelas de horário nobre. “A Única Mulher” (segunda e terceira temporadas) e “A Impostora”, ambas da *TVI*, ocuparam a primeira, segunda e quarta posição, respetivamente. Por seu lado, as telenovelas da *SIC* “Coração d’Ouro” e “Rainha das Flores” também entraram neste *ranking*.

**Fig. 12 - Top 5 dos programas de ficção mais vistos nos canais generalistas em sinal aberto, 2016**

Canal	Data	Programa	Rating [%]	Share [%]
TVI	6-abr	A UNICA MULHER II	18,7	36,6
TVI	2-mai	A UNICA MULHER III	18,6	37,4
SIC	12-jan	CORAÇÃO D'OURO	16,4	32,4
TVI	12-set	A IMPOSTORA	15,3	34,6
SIC	9-mai	RAINHA DAS FLORES	15,0	30,6

Nota: Sem programas repetidos.

Fonte: CAEM.

### 3.4.3. Entretenimento

O programa de entretenimento mais visto em 2016 foi o concurso “Got Talent Portugal”, da RTP1, com 15,2% de *rating*, correspondendo a uma média de 1,47 milhões de telespectadores por minuto. A TVI teve neste *ranking* três programas, “Masterchef Junior”, “A Tua Cara Não Me É Estranha” e “A Quinta: O Desafio – Final”, que ocuparam a segunda, terceira e quinta posição, respetivamente.

Fig. 13 - Top 5 dos programas de entretenimento mais vistos nos canais generalistas em sinal aberto, 2016

Canal	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
RTP1	28-fev	GOT TALENT PORTUGAL	15,2	30,8
TVI	19-jun	MASTERCHEF JUNIOR	15,1	36,8
TVI	22-out	A TUA CARA NAO ME E ESTRANHA	15,1	38,6
RTP1	9-out	THE VOICE PORTUGAL	14,7	32,8
TVI	27-mar	A QUINTA: O DESAFIO - FINAL	14,5	33,5

Nota: Sem programas repetidos.

Fonte: CAEM.

### 3.4.4. Desporto – Excluindo o futebol

O jogo de futsal, transmitido na TVI, entre Portugal e Espanha foi o programa desportivo mais visto em 2016, excluindo o futebol. Outros programas de outras modalidades desportivas, como o hóquei em patins e o ciclismo, transmitidos na RTP1, entraram neste *ranking*.

Fig. 14 - Top 5 dos programas de desporto, excluindo o futebol, mais vistos nos canais generalistas em sinal aberto, 2016

Canal	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
TVI	8-fev	FUTSAL - EURO 2016: PORTUGAL X ESPANHA	11,4	24,2
RTP1	16-jul	HOQUEI EM PATINS - CAMP.DA EUROPA: ITALIA X PORTUGAL	8,7	24,3
RTP1	6-ago	CICLISMO - VOLTA A PORTUGAL	6,7	30,8
TVI	8-out	FUTSAL - SUPERTAÇA: SPORTING X BENFICA	6,1	22,3
RTP1	12-jul	HOQUEI EM PATINS - CAMP.DA EUROPA: ESPANHA X PORTUGAL	6,0	14,3

Nota: Sem programas repetidos.

Fonte: CAEM.

### 3.4.5. Juvenis

Desenhos animados foi a categoria que se destacou no top 5 dos programas infantis/juvenis mais vistos, em 2016, e a SIC foi a preferida dos mais jovens, com os cinco programas deste *ranking* foram transmitidos por este canal.

Os valores de audiência média neste tipo de programas foram os mais baixos quando comparados com os outros géneros analisados, o que se explica por se tratar de programas para um público específico, os mais jovens.

Fig. 15 - Top 5 dos programas juvenis mais vistos nos canais generalistas em sinal aberto, 2016

Canal	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
SIC	24-dez	NATAL SEMPRE ENCANTADO: CINEMA	6,2	25,9
SIC	16-out	DRAGON BALL SUPER	2,9	17,7
SIC	13-fev	ULTIMATE SPIDER-MAN: WEB-WARRIORS	2,0	15,1
SIC	23-jan	SONIC BOOM	1,9	16,0
SIC	23-jan	PRANK PATROL	1,9	12,4

Nota: Sem programas repetidos.

Fonte: CAEM.



### 3.4.6. Arte e cultura

Em 2016, o programa de arte e cultura mais visto nos canais generalistas em sinal aberto foi “Marchas Populares de Lisboa: Santos Populares”, transmitido pela *RTP1* no dia das Festas de Lisboa, a 12 de junho, com uma audiência média de 9,1 %, a que correspondeu um *share* de 27,1 %. Diversos documentários, como “Com Camilo de Oliveira”, “Vida Selvagem” e “Nicolau Breyner”, ocuparam a segunda, terceira e quarta posição do *ranking*.

**Fig. 16 - Top 5 dos programas de arte e cultura mais vistos nos canais generalistas em sinal aberto, 2016**

Canal	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
RTP1	12-jun	MARCHAS POPULARES DE LISBOA: SANTOS POPULARES	9,1	27,1
RTP1	4-jul	COM CAMILO DE OLIVEIRA	8,0	18,7
SIC	3-jan	VIDA SELVAGEM - PLANETA GELADO: VERA0	7,9	26,8
RTP1	14-mar	NICOLAU BREYNER	7,8	15,8
SIC	24-dez	FESTIVAL DE CIRCO DE MONTE-CARLO	6,5	26,0

Nota: Sem programas repetidos.

Fonte: CAEM.

## 4. Rádio

### 4.1. Audiências de rádio

De acordo com o *Anuário de Media & Publicidade da Marktest 2016*, 55,0 % dos residentes em Portugal ouviram rádio, sendo que os homens, os indivíduos entre os 25 e os 44 anos e as classes sociais com maiores possibilidades económicas (A e B) revelaram maior afinidade com este meio de comunicação social.

O tempo médio de escuta diária de rádio, em 2016, foi de 3 horas e 13 minutos, valor que não apresenta grandes variações em relação aos anos anteriores.

O grupo radiofónico Renascença obteve a maior audiência acumulada de véspera (23,9 %), seguido da Media Capital (23,0 %). Ambos os grupos detêm 70,8 % da quota de audiência.

Em 2016, a *Radio Comercial*, do Grupo Media Capital, foi a estação mais ouvida (16,5 %).

**Fig. 17 - Tempo Médio de Audiência e Audiência Acumulada de Véspera, 2015 - 2016\***

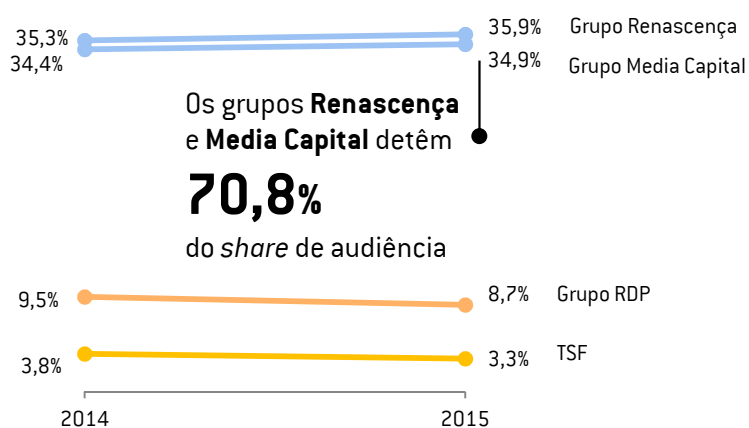
Grupo/Estação	Tipo de programação	2015		2016		Variação AVV (p.p)
		ATSL	AVV (%)	ATSL	AVV (%)	
Grupo Renascença		02:37	24,2	02:39	23,9	-0,3
RFM	Generalista	02:39	15,5	02:37	15,5	0,0
R. Renascença	Generalista	02:16	6,0	02:29	5,7	-0,3
Mega Hits	Temático - Musical	01:51	2,7	01:59	2,9	0,2
Rádio Sim	Generalista	02:49	1,2	03:10	1,0	-0,2
Grupo Media Capital		02:41	23,1	02:41	23,0	-0,1
Rádio Comercial	Generalista	02:36	16,7	02:32	16,5	-0,2
M80	Temático - Musical	02:30	4,4	02:35	4,7	0,3
Cidade FM	Temático - Musical	01:40	3,1	01:58	2,7	-0,4
Smooth FM	Temático - Musical	02:15	0,8	02:19	0,8	0,0
Vodafone	Temático - Musical	0,1	0,4	0,1	0,4	0,0
Grupo RDP		02:20	7,3	02:21	6,6	-0,7
Antena 1	Generalista	02:14	5,1	02:16	4,8	-0,3
Antena 3	Temático - Segmento de Público (Jovem)	02:11	2,0	02:07	1,6	-0,4
Antena 2	Temático - Cultural	02:48	0,4	02:04	0,5	0,1
TSF		01:45	3,9	01:55	3,0	-0,9
<b>Total Rádio</b>		<b>03:11</b>	<b>56,7</b>	<b>03:13</b>	<b>55,0</b>	<b>-1,7</b>

\*Tempo Médio de Audiência (ATSL): consiste na média do tempo que os ouvintes dedicaram à audição de rádio num determinado período horário ou no total do dia. Expresso em horas e minutos.

Audiência Acumulada de Véspera (AVV): percentagem de indivíduos que escutaram uma estação, no período de um dia, independentemente do tempo despendido.

Fonte: Marktest – *Anuário de Media & Publicidade 2016*.

Fig. 18 - *Share* de audiência por grupo de rádio, 2015-2016\*



\**Share* de audiência: percentagem de tempo despendido, por um conjunto de indivíduos, na escuta de uma estação, relativamente ao tempo total de audição de rádio, num período.

Fonte: Marktest – *Anuário de Média & Publicidade 2016*.

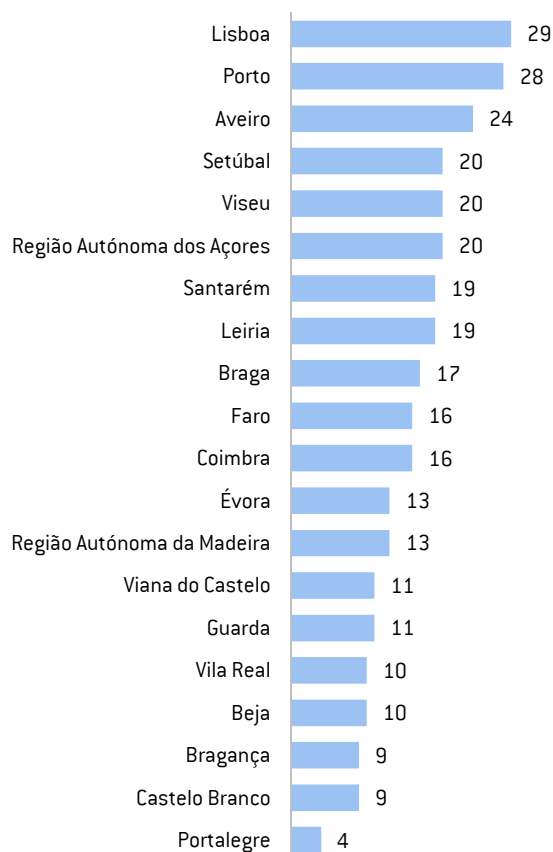
Analisando as audiências acumuladas de véspera por franjas horárias, pode-se destacar que a rádio tem dois picos de audiência, um no horário entre as 06h00 e as 10h00 (30,7 %) e outro entre as 17h00 e as 20h00 (26,8 %). A partir desta hora, considerando a medição da Marktest, a escuta de rádio diminui substancialmente.

#### 4.2. Paisagem radiofónica

No final de 2016, encontravam-se ativos nos registos da ERC 332 serviços de programas de rádio, menos uma estação face ao ano anterior. Considerando a área de cobertura, dois eram internacionais (*RDP África* e *RDP Internacional*), seis nacionais (*Antena 1*, *Antena 2*, *Antena 3*, *Rádio Comercial*, *Rádio Renascença* e *RFM*), cinco regionais (*Antena 1 Açores*, *Antena 1 Madeira*, *Antena 3 Madeira*, *M80* e *TSF*), um regional e local (*Posto Emissor do Funchal*) e 318 locais.

Entre os serviços de programas locais, Lisboa e Porto destacam-se com o maior número de estações de rádio, Lisboa com 29 e Porto com 28.

**Fig. 19 - Número de serviços de programas de rádio de cobertura local por distrito, 2016**



N= 318 [Distribuição geográfica dos serviços de programas de rádio com cobertura local].  
Fonte: ERC.

A maioria dos serviços de programas radiofónicos são generalistas (251 estações). A maior parte dos serviços de programas temáticos, 65, são musicais. Entre os restantes serviços temáticos, seis são informativos, cinco dirigem-se a um segmento específico de público, três são desportivo informativo, um é cultural e um é universitário<sup>13</sup>.

## 5. Imprensa

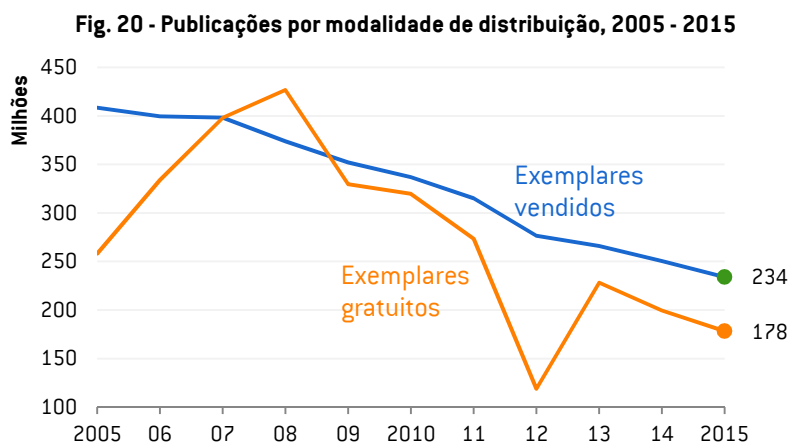
Procurando caracterizar as audiências de imprensa, o *Anuário de Média & Publicidade 2016* da Marktest salienta que 59,0 % dos portugueses leram ou folhearam a última edição de um qualquer título de imprensa. Os homens tiveram uma audiência acima da média nacional. Também os indivíduos entre os 35 e os 44 anos e os pertencentes às classes sociais mais elevadas (A e B) foram os grupos que registaram maiores níveis de audiência média, ou seja, tiveram uma maior afinidade com a imprensa.

O número de publicações periódicas ativas em Portugal continua a tendência de queda. No final de 2016, nos registos da ERC encontravam-se 1845 publicações ativas, menos 146 face a 2015. Deste leque, 35,3 % (652) correspondiam a jornais, entre os quais 179 de periodicidade mensal, 154 semanal, 140 diária, 106 quinzenal e 20 anual<sup>14</sup>.

<sup>13</sup> Cf. no presente Relatório de Regulação o capítulo Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social.

<sup>14</sup> Cf. no presente Relatório de Regulação o capítulo Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social.

A circulação de exemplares, vendidos ou distribuídos gratuitamente, continua a diminuir. Segundo dados do INE, entre 2005 e 2015, em média houve uma diminuição anual de 4,3 % na circulação de exemplares.



Nota: Neste relatório não são apresentados os dados de 2016, uma vez que estes resultados ainda não tinham sido divulgados pelo INE.

Fontes: INE - Inquérito às Publicações Periódicas.

Contudo, esta tendência deve-se sobretudo às publicações em papel, pois a circulação em digital descreve uma tendência de subida na maioria das publicações, segundo os dados divulgados pela APCT e que são apresentados de seguida.

**Fig. 21 - Circulação impressa das publicações líderes por segmento (valores médios por edição), 2015-2016**

Segmento	Publicação	Editor	2015	2016	Taxa de variação (%)
Diário nacional de informação geral	Correio da Manhã	Cofina Media S.A.	108 997	100 407	-7,9
Semanário nacional de informação geral	Expresso	Impresa Publishing, SA	78 932	74 782	-5,3
Revista de informação geral (semanal)	Visão	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda.	71 112	63 374	-10,9
Revista de informação geral (mensal)	Seleções do Reader's Digest	Global Family Edition, SA	35 519	32 415	-8,7
Jornal (diário gratuito)	Jornal Destak	Cofina Media S.A.	69 121	69 685	0,8
Jornal de economia, negócios e gestão (diário)	Jornal de Negócios	Cofina Media S.A.	7 111	6 791	-4,5
Jornal de economia, negócios e gestão (semanário)	O Jornal Económico	Megafin – Sociedade Editora, SA	8 019	6 677	-16,7
Revista de economia, negócios e gestão	Marketeer	Multipublicações, Lda.	16 430	16 153	-1,7
Jornal diário desportivo (A Bola não é auditada pela APCT)	Record	Cofina Media S.A.	44 616	40 302	-9,7
Revista feminina / moda (semanal)	Maria	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	162 561	145 295	-10,6
Revista feminina / moda (mensal)	Happy Woman	Baleska Press – Publicações e Marketing, Lda	84 427	88 240	4,5
Revista masculina	Men's Health	Motorpress Rodale, SA	20 747	17 051	-17,8
Revista de sociedade	Nova Gente	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	81 846	72 431	-11,5

<b>Revista de televisão</b>	<b>TV 7 Dias</b>	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	109 691	98 279	-10,4
<b>Revista de ambiente / divulgação científica</b>	<b>National Geographic Portugal</b>	RBA-Revistas Portugal, Lda.	25 257	22 302	-11,7
<b>Publicação de cultura / espetáculo (revista mensal)</b>	<b>Ticketline Magazine</b>	Ticketline, Lda	32 273	34 999	8,4
<b>Publicação juvenil</b>	<b>Visão Júnior</b>	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Ld. <sup>a</sup>	14 292	12 045	-15,7

Fonte: APCT – Boletim Informativo Jan/Dez 2016.

**Fig. 22 -Circulação digital das publicações líderes por segmento (valores médios por edição), 2015-2016**

Segmento	Publicação	Editor	2015	2016	Taxa de variação (%)
<b>Diário nacional de informação geral</b>	<b>Público</b>	Público – Comunicação Social, SA	13 092	13 618	4,0
<b>Semanário nacional de informação geral</b>	<b>Expresso</b>	Impresa Publishing, SA	19 438	23 389	20,3
<b>Revista de informação geral (semanal)</b>	<b>Visão</b>	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda.	5 192	6 943	33,7
<b>Revista de informação geral (mensal)</b>	<b>Courrier Internacional</b>	Impresa Publishing, SA	1 959	1 791	-8,6
<b>Jornal de economia, negócios e gestão (diário)</b>	<b>Diário Económico</b>	S.T. & S.F. – Sociedade de Publicações, Lda	6 306	6 432	2,0
<b>Jornal de economia, negócios e gestão (semanário)</b>	<b>O Jornal Económico</b>	Megafin – Sociedade Editora, SA	13	29	123,1
<b>Revista de economia, negócios e gestão</b>	<b>Exame</b>	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	3 929	4 390	11,7
<b>Jornal diário desportivo (A Bola não é auditada pela APCT)</b>	<b>O Jogo</b>	Global Notícias – Publicações, SA	1 967	2 239	13,8
<b>Revista feminina / moda (semanal)</b>	<b>Maria</b>	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	54	125	131,5
<b>Revista feminina / moda (mensal)</b>	<b>Ativa</b>	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	724	1 215	67,8
<b>Revista masculina</b>	<b>Men's Health</b>	Motorpress Rodale, SA	1 584	1 747	10,3
<b>Revista de sociedade</b>	<b>Flash</b>	Cofina Media S.A.	891	842	-5,5
<b>Revista de televisão</b>	<b>TV Guia</b>	Cofina Media S.A.	825	809	-1,9
<b>Revista de ambiente / divulgação científica</b>	<b>National Geographic Portugal</b>	RBA-Revistas Portugal, Lda.	237	800	237,6
<b>Publicação de cultura / espetáculo (revista mensal)</b>	<b>Jornal de Letras, Artes &amp; Ideias</b>	Medipress - Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	579	573	-1,0
<b>Publicação juvenil</b>	<b>Visão Júnior</b>	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Ld. <sup>a</sup>	1 447	1 250	-13,6

Fonte: APCT – Boletim Informativo Jan/Dez 2016.

Numa análise das publicações de informação auditadas pela APCT em 2016, destaca-se o *Correio da Manhã* como o diário de informação geral com maior número de exemplares colocados no mercado e que chegaram aos leitores, em média 101 468 jornais por edição, a grande maioria deles impressos (99,0%). Por seu lado, o *Diário de Notícias* foi o jornal que neste segmento teve o menor valor médio de circulação, mas que teve o maior aumento na circulação digital entre 2015 e 2016 das publicações diárias de informação. O jornal *Público* manteve a liderança na circulação digital com uma média de 13 618 assinaturas por edição.

Relativamente às revistas semanais de informação geral, a *Visão* foi líder com mais de 70 mil exemplares.

**Fig.23 - Circulação de publicações nacionais de informação geral (valores médios por edição), 2016**

Tipo de publicação (Periocidade)	Publicações	Editor	Circulação impressa total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação digital total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação Total	Taxa de variação (%)
Jornal (Diário)	Correio da Manhã	Cofina Media S.A.	100 407	-7,9	1 061	-1,4	<b>101 468</b>	<b>-7,8</b>
	Jornal de Notícias	Global Notícias - Media Group, S.A.	50 869	-7,7	3 922	21,2	<b>54 791</b>	<b>-6,1</b>
	Público	Público – Comunicação Social, SA	18 800	-12,1	13 618	4,0	<b>32 418</b>	<b>-5,9</b>
	Diário de Notícias	Global Notícias - Media Group, S.A.	12 609	-12,3	2 797	102,4	<b>15 406</b>	<b>-2,3</b>
Jornal (Semanal)	Expresso	Impresa Publishing, SA	74 782	-5,3	23 389	20,3	<b>98 171</b>	<b>-0,2</b>
Revista (Semanal)	Visão	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda.	63 374	-10,9	6 943	33,7	<b>70 317</b>	<b>-7,8</b>
	Sábado	Cofina Media S.A.	44 053	-11,7	1 385	-5,5	<b>45 438</b>	<b>-11,5</b>

Fonte: APCT – Boletim Informativo Jan/Dez 2016.

No que se refere aos diários de âmbito regional, o *Diário de Notícias da Madeira* manteve a liderança na circulação impressa e digital, com valores médios por edição de 9 mil exemplares e 1,5 mil assinaturas, respetivamente. Os diários regionais *Diário de Coimbra* e *Diário de Aveiro* foram os únicos que aumentaram o número de exemplares no mercado face a 2015.

**Fig. 24 - Circulação de publicações regionais diárias (valores médios por edição), 2016**

Títulos	Editor	Circulação impressa total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação digital total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação Total	Taxa de variação (%)
Diário de Notícias da Madeira	Empresa do Diário de Notícias da Madeira Lda.	9 025	-2,3	1 581	-5,6	<b>10 606</b>	<b>-2,8</b>
Diário de Coimbra	Diário de Coimbra, Lda.	7 854	2,7	12	-	<b>7 866</b>	<b>2,9</b>
Diário de Aveiro	Diário de Aveiro, Lda.	3 915	6,3	30	0,0	<b>3 945</b>	<b>6,2</b>
Diário do Sul	Piçarra - Distribuição de Jornais, Lda.	3 554	-21,8	149	63,7	<b>3 703</b>	<b>-20,1</b>
Açoriano Oriental	Açormedia, SA	2 947	-4,2	82	5,1	<b>3 029</b>	<b>-3,9</b>

Fonte: APCT – Boletim Informativo Jan/Dez 2016.

Entre os jornais regionais de periodicidade não-diária, o *Região de Leiria* foi líder com mais de 21 mil exemplares por edição. Estes valores devem-se maioritariamente à circulação digital do jornal que, em 2016, correspondeu a 71,2 % da circulação total no mercado. Por seu lado, na circulação em papel, o *Jornal do Fundão* foi a publicação regional não-diária com mais exemplares colocados no mercado, exatamente 8 746 exemplares por edição.

**Fig. 25 - Circulação de publicações regionais não-diárias (valores médios por edição), 2016**

Títulos	Editor	Circulação impressa total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação digital total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação Total	Taxa de variação (%)
---------	--------	---	----------------------------	--	----------------------------	---------------------	----------------------------

	Empresa						
Região de Leiria (Jornal - Semanal)	Jornalística Região de Leiria, Lda.	6 110	-7,9	15 080	1631,3	<b>21 190</b>	<b>182,4</b>
Jornal do Fundão (Jornal - Semanal)	Jornal do Fundão Editora, SA	8 746	-6,9	106	-36,5	<b>8 852</b>	<b>-7,4</b>
Jornal da Bairrada (Jornal - Semanal)	Editorial Jornal da Bairrada, Lda.	6 171	-3,0	128	-30,1	<b>6 299</b>	<b>-3,8</b>
Açores Magazine (Revista - Semanal)	Açormedia, SA	3 272	-3,9	-	-	<b>3 272</b>	<b>-3,9</b>

Fonte: APCT – Boletim Informativo Jan/Dez 2016.

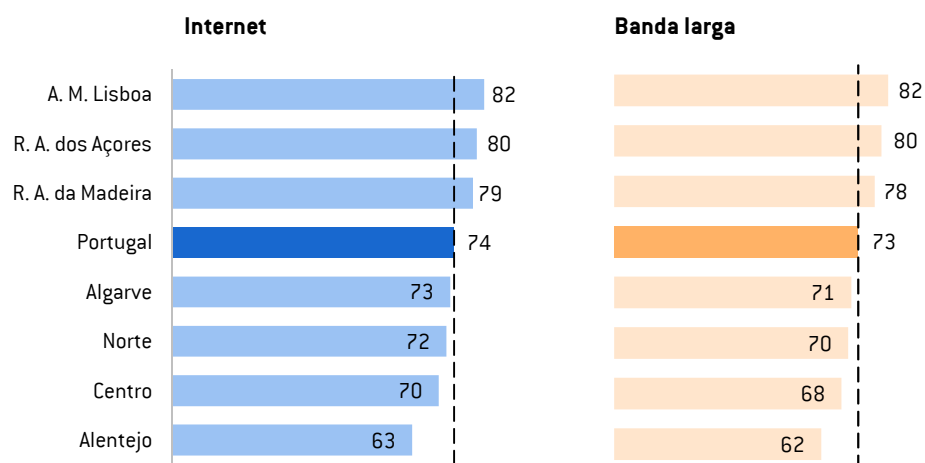
Nos anexos apresenta-se os valores médios de circulação por edição de diversos tipos de publicações em 2016.

## 6. Internet

Segundo o INE, em 2016, 74 % dos residentes entre os 16 e os 74 anos em Portugal referiram já ter usado a internet em algum momento. O uso de internet foi mais frequente entre os homens, os mais jovens (entre os 16 e os 34 anos) e os indivíduos que completaram o ensino secundário ou o ensino superior.

Considerando os agregados domésticos, 74 % das famílias tinham acesso à internet, sendo a banda larga a ligação mais usada (73 %). A Área Metropolitana de Lisboa é a região onde os agregados tiveram maior acesso à internet (82 %). Por sua vez, o Alentejo foi novamente a região do país com a menor taxa de utilização, 11 p.p. abaixo da média nacional.

Fig. 26 - Agregados domésticos com ligação à internet e ligação através de banda larga em casa, NUTS II, 2016



Fonte: INE - Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2016.

A mesma fonte indica que o equipamento mais usado para aceder à internet foi o telemóvel ou *smartphone* (78 %), seguido do computador portátil (73 %).

Por seu lado, o relatório da ANACOM, *Serviço de Acesso à Internet* de 2016, destaca que a banda larga móvel apresenta uma taxa de penetração superior à da banda larga fixa, para os acessos móveis nos 62,6 por 100 habitantes e nos acessos fixos nos 32,6 por 100 habitantes. Esta maior expressão da banda larga móvel em Portugal compara-se com o que tem vindo a acontecer mundialmente, ou seja, cada vez mais os consumidores acedem aos conteúdos digitais ou realizam outras atividades, como enviar ou receber *emails*, participar nas redes sociais, telefonar ou fazer chamadas de vídeo, entre outras, através de equipamentos móveis.

**Fig.27 - Taxa de penetração do serviço de acesso à internet em banda larga (acessos por 100 habitantes), 2015-2016**

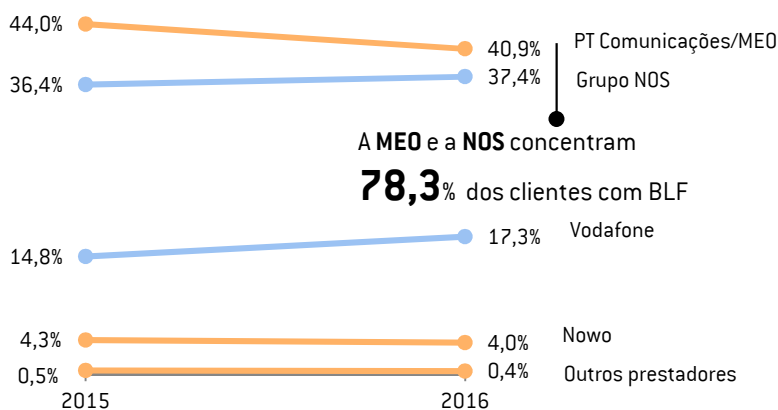
Modalidade de acesso	2015	2016	Variação (p.p)
<b>Acesso em banda larga móvel</b>	<b>53,4</b>	<b>62,6</b>	<b>9,2</b>
<b>Acesso em banda larga fixa</b>	<b>30,4</b>	<b>32,6</b>	<b>2,2</b>
Cabo	10,3	10,8	0,5
Fibra ótica	8,1	10,5	2,4
ADSL	10,1	8,9	-1,2
LTE em local fixo	2,0	2,4	0,4

Fonte: ANACOM – Serviço de Acesso à Internet, 2016

No que se refere à tecnologia que possibilita o acesso à internet em banda larga em local fixo, a fibra ótica foi a principal responsável pelo aumento desta modalidade de acesso (+2,4 p.p. face a 2015). O crescimento deste tipo de tecnologia de alta velocidade afetou as outras, como o ADSL, que apresentou uma ligeira diminuição, igual a 1,2 p.p. face a 2015.

Em termos de quotas dos principais prestadores de serviço de acesso à internet em banda larga fixa em Portugal, em 2016, a PT Comunicações/MEO, apesar de registar a maior redução face a 2015 [-3,1 p.p.], foi a empresa líder no mercado com mais assinantes (40,9 %), seguida da NOS, que aumentou o seu peso relativo em um ponto percentual, atingindo uma quota de mercado de 37,4 %. A Vodafone, com 17,3 % dos assinantes, registou o maior crescimento em 2016 (+2,5 p.p. face a 2015).

**Fig. 28 - Quotas de acesso à internet em banda larga fixa, 2015-2016**



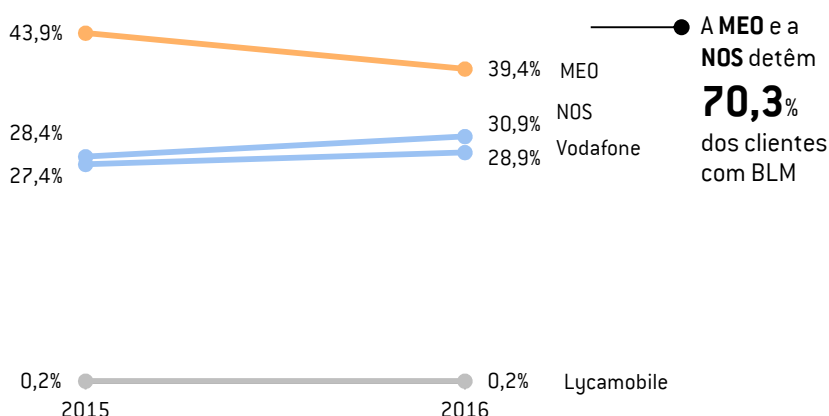
Fonte: ANACOM – Serviço de Acesso à Internet, 2016

Considerando a internet em banda larga móvel, o aumento da taxa de penetração desta modalidade deve-se ao crescimento de utilizadores de *smartphones*. No final de 2016, existiam quase seis milhões de utilizadores que acediam à internet em banda larga móvel através de telemóvel ou *smartphone*, mais 19,5 % do que no ano anterior.

A MEO destaca-se com 39,4 % da quota de clientes de banda larga móvel. Por seu lado, a NOS e a Vodafone aumentaram o seu peso relativo face a 2015, atingindo os 30,9 % e 28,9%, respetivamente.



**Fig. 29 - Quotas de clientes efetivos de acesso à internet em banda larga móvel, 2015-2016**

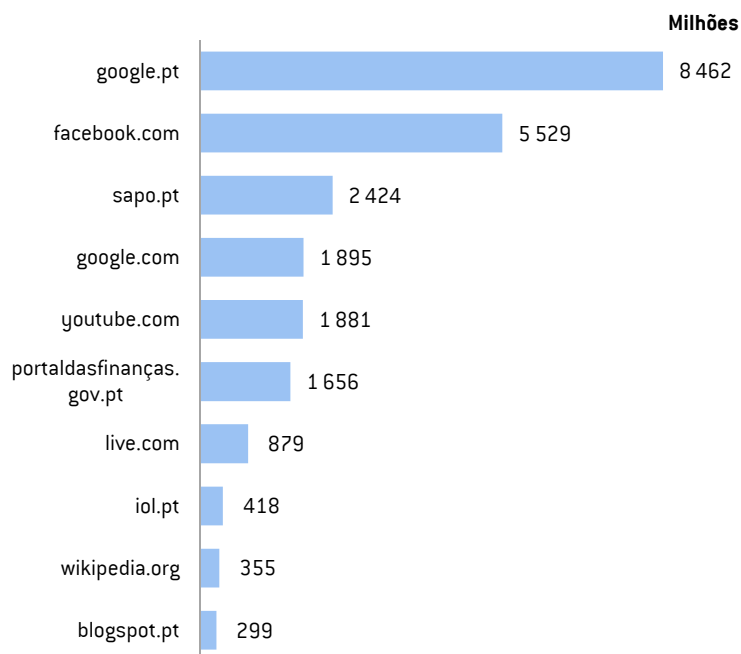


Fonte: ANACOM – Serviço de Acesso à Internet, 2016.

Em termos de audiência de internet, segundo a Marktest, os portugueses navegaram *online* cerca de 1 265 milhões de horas e o domínio de página mais visto em 2016 foi o motor de pesquisa google.pt, seguido da rede social facebook.com. É importante destacar que estas duas páginas concentraram 21,3 % das visitas *online*.

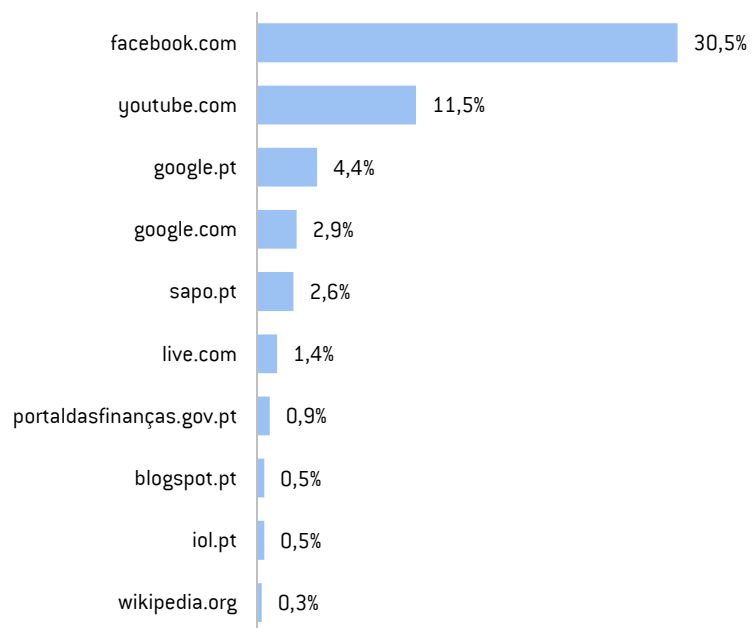
Considerando o número de horas que os cibernautas despenderam nas páginas mais visitadas, facebook.com posiciona-se como a página com maior *share* (30,5 %), seguida do youtube.com (11,5 %).

**Fig. 30 - Top 10 dos domínios em páginas mais visitadas (em milhões), 2016**



Fonte: Marktest – Anuário de Media & Publicidade 2016.

**Fig 31 - Share global do tempo despendido nos domínios das páginas mais visitadas, 2016**



Fonte: Markttest – Anuário de Media & Publicidade 2016.

**ANEXOS**  
**OFERTA E CONSUMOS DE MÍDIA**

**Fig.A1 - Serviços de programas televisivos com licença/autorização ativos em Portugal, 2016**

Tipologia	Nº de serviços de programas	Designação dos serviços de programas
Generalistas	13	Correio da Manhã TV
		Porto Canal
		RTP 1
		RTP 2
		RTP Açores
		RTP África
		RTP Internacional
		RTP Madeira
		SIC
		SIC Internacional
		TVI
		TVI África
		TVI Internacional
Desporto	12	A Bola TV
		BTV 1
		Fuel TV
		Sport TV +
		Sport TV 1
		Sport TV 2
		Sport TV 3
		Sport TV 4
		Sport TV 5
		Sport TV África 1
		Sport TV África 2
		Sporting TV
Filmes e séries	9	Canal BLAST
		Cinemundo
		DStv Pipoca
		MOV
		Hollywood
		TV Cine 1
		TV Cine 2
TV Cine 3		
TV Cine 4		
Entretenimento	6	Q
		Canal NOS
		SIC Caras
		SIC Radical
		TVI Reality
ZAP Viva		
Informação	4	RTP 3
		RTV
		SIC Notícias
		TVI 24
Infanto-juvenil	4	Canal Panda
		DStv Kids
		Panda Biggs
		SIC K
Série/novelas	2	ZAP Novelas
		TVSéries
Outros	10	Canal 180
		Económico TV
		Hot TV
		Kuriakos TV
		Localvisão TV
		MTV Portugal
		MVM
		RTP Memória
		SIC Mulher
		TVI Ficção

Fonte: ERC.

**Fig. A2 - Top 10 dos programas mais vistos na RTP1, 2016**

<b>Data</b>	<b>Descrição</b>	<b>Rating (%)</b>	<b>Share (%)</b>
6-jul	EURO 2016: MEIAS FINAIS - PORTUGAL X PAIS DE GALES	38,4	78,1
10-jul	EURO 2016: FINAL - PORTUGAL X FRANÇA	38,2	80,5
30-jun	EURO 2016: QUARTOS DE FINAL - POLONIA X PORTUGAL	37,6	71,0
14-jun	EURO 2016: FASE DE GRUPOS - PORTUGAL X ISLANDIA	35,2	68,6
25-jun	EURO 2016: OITAVOS DE FINAL - CROACIA X PORTUGAL	31,4	71,3
18-jun	EURO 2016: FASE DE GRUPOS - PORTUGAL X AUSTRIA	28,8	67,7
13-abr	LIGA DOS CAMPEÕES - BENFICA X BAYERN MUNIQUE	26,0	53,2
7-jul	EURO 2016: MEIAS FINAIS - ALEMANHA X FRANÇA	25,8	58,8
13-nov	MUNDIAL 2018: QUALIFICAÇÃO - PORTUGAL X LETONIA	24,1	50,2
5-abr	LIGA DOS CAMPEÕES - BAYERN MUNIQUE X BENFICA	23,3	48,9

Nota: Sem programas repetidos.

Fonte: CAEM.

**Fig. A3 Top 10 dos programas mais vistos na RTP2, 2016**

<b>Data</b>	<b>Descrição</b>	<b>Rating (%)</b>	<b>Share (%)</b>
13-jun	FUTSAL - LIGA SPORTZONE	3,3	9,5
17-jun	FUTSAL - LIGA SPORTZONE	3,1	10,2
7-mai	FUTSAL - TAÇA DE PORTUGAL	3,1	8,7
14-ago	JOGOS OLIMPICOS RIO 2016	2,8	8,6
5-out	PRINCIPE	2,7	7,1
8-mai	FUTSAL FEMININO - TAÇA DE PORTUGAL	2,2	7,7
6-ago	JOGOS OLIMPICOS RIO 2016: CERIMÓNIA DE ABERTURA	2,2	9,1
1-out	FUTSAL - CAMPEONATO DO MUNDO	2,1	8,3
10-jul	CICLISMO - VOLTA A FRANÇA	2,0	8,0
15-mai	HOQUEI EM PATINS - LIGA EUROPEIA	2,0	7,0

Nota: Sem programas repetidos.

Fonte: CAEM.

**Fig. A4 - Top 10 dos programas mais vistos na SIC, 2016**

<b>Data</b>	<b>Descrição</b>	<b>Rating (%)</b>	<b>Share (%)</b>
18-fev	FUTEBOL - LIGA EUROPA: SPORTING X BAYER LEVERKUSEN	20,0	41,0
17-mar	FUTEBOL - LIGA EUROPA: SP. BRAGA X FENERBAHCE	19,4	40,0
25-fev	FUTEBOL - LIGA EUROPA: FC PORTO X B. DORTMUND	18,1	37,7
7-abr	FUTEBOL - LIGA EUROPA: SP. BRAGA X SHAKHTAR DONETSK	18,0	38,2
12-jan	CORAÇÃO D'OURO	16,4	32,4
14-abr	FUTEBOL - LIGA EUROPA: SHAKHTAR DONETSK X SP. BRAGA	15,3	32,5
25-abr	E SE FOSSE CONSIGO?	15,0	31,1
9-mai	RAINHA DAS FLORES	15,0	30,6
1-jan	FILME DA TARDE III: MALEFICA	14,7	36,1
9-nov	AMOR MAIOR	14,3	32,5

Nota: Sem programas repetidos.

Fonte: CAEM.

**Fig. A5 - Top 10 dos programas mais vistos na TVI, 2016**

Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
22-mai	FUTEBOL - TAÇA DE PORTUGAL PLACARD: FC PORTO X SP. BRAGA	20,8	60,4
2-jun	FUTEBOL - EURO 2016: JOGO DE PREPARAÇÃO: INGLATERRA X PORTUGAL	20,1	48,1
8-jun	FUTEBOL - EURO 2016: JOGO DE PREPARAÇÃO: PORTUGAL X ESTONIA	19,4	47,2
6-abr	A UNICA MULHER II	18,7	36,6
2-mai	A UNICA MULHER III	18,6	37,4
2-mai	FUTEBOL - TAÇA CTT: BENFICA X SP. BRAGA	18,3	40,7
22-mai	JORNAL DAS 8	17,9	41,0
20-mai	FUTEBOL - TAÇA CTT: MARITIMO X BENFICA	17,4	42,1
19-jan	FUTEBOL - TAÇA CTT: FLASH INTERVIEW	17,1	33,4
1-set	FUTEBOL - JOGO DE PREPARAÇÃO SELECCAO A: PORTUGAL X GIBRALTAR	16,3	41,7

Nota: Sem programas repetidos.

Fonte: CAEM.

**Fig.A6 - Top 10 dos programas mais vistos nos canais cabo, 2016**

Canal	Data	Descrição	Rating # (000)	Share (%)
TVI24	8-jun	FUTEBOL - EURO 2016: JOGO DE PREPARAÇÃO (FLASH INTERVIEW)	6,5	12,9
TVI24	6-fev	FUTSAL - EURO 2016: PORTUGAL X SERVIA	6,1	13,2
TVI24	8-jun	FUTEBOL - EURO 2016: JOGO DE PREPARAÇÃO: PORTUGAL X ESTÓNIA	4,4	10,1
TVI24	7-set	21ª HORA	4,0	8,6
TVI24	31-jul	MUNDIALITO DE FUTEBOL DE PRAIA: PORTUGAL X BRASIL	3,6	12,9
TVI24	8-mai	ESPECIAL DESPORTO: A CAMINHO DO TITULO: MARÍTIMO X BENFICA AO MINUTO	3,5	7,2
RTP3	9-mar	LIGA DOS CAMPEÕES: POS-MATCH: ZENIT X BENFICA	3,5	8,4
TVI24	12-abr	FUTSAL - CAMP. DO MUNDO 2016: APURAMENTO: PORTUGAL X SERVIA	3,5	7,7
TVI24	2-mai	FUTEBOL - TAÇA CTT: BENFICA X SP. BRAGA	3,5	7,4
TVI24	15-nov	FUTEBOL - JOGO DE PREPARAÇÃO SUB-21: HOLANDA X PORTUGAL	3,5	12,9

Nota: Sem programas repetidos.

Fonte: CAEM.

**Fig. A7 - Circulação de revistas nacionais de informação geral mensais (valores médios por edição), 2016**

Títulos	Editor	Circulação impressa total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação digital total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação Total	Taxa de variação (%)
Seleções do Reader's Digest (Revista - Mensal)	Global Family Editions, SA	32 415	-8,7			32 415	-8,7
Courrier Internacional (Revista - Mensal)	Impresa Publishing, SA	14 957	-7,1	1 791	-8,6	16 748	-7,3

Fonte: APCT – Boletim Informativo Jan/Dez 2016.

**Fig. A8 - Circulação dos jornais diários gratuitos de informação geral (valores médios por edição), 2016**

Títulos	Editor	Circulação total 2016	Taxa de variação (%)
Jornal Destak	Cofina Media S.A.	69 685	0,8
Metro Portugal	Cofina Media S.A.	69 069	0,2

Fonte: APCT – Boletim Informativo Jan/Dez 2016.

**Fig. A9 - Circulação das publicações de economia, negócios e gestão, diárias e não-diárias (valores médios por edição), 2016**

Tipo de publicação (Periodicidade)	Títulos	Editor	Circulação impressa total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação digital total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação total 2016	Taxa de variação (%)
Jornal (Diário)	Diário Económico	S.T. & S.F. – Sociedade de Publicações, Lda.	6 622	-11,4	6 432	2,0	13054	-5,3
	Jornal de Negócios	Cofina Media S.A.	6 791	-4,5	4 591	29,0	11382	6,7
Jornal (Semanal)	O Jornal Económico	Megaфин – Sociedade Editora, SA	6 677	-16,7	29	123,1	6706	-16,5
	Vida Económica	Vida Económica – Editorial, SA	6 164	-18,6		#DIV/0!	6164	-18,6
Jornal (Quinzenal)	Meios & Publicidade	Workmedia – Comunicação, Lda.	712	3,6	10 680	451,1	11392	334,0
Revista (Mensal)	Exame	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	12 659	-3,0	4 390	11,7	17049	0,4
	Marketeer	Multipublicações, Lda.	16 153	-1,7	-	-	16153	-1,7
	Executive Digest	Multipublicações, Lda.	13 808	1,5	-	-	13808	1,5

Fonte: APCT – Boletim Informativo Jan/Dez 2016.

**Fig. A10 - Circulação dos jornais desportivos diários (valores médios por edição), 2016**

Títulos	Editor	Circulação impressa total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação digital total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação total 2016	Taxa de variação (%)
Record	Cofina Media SA	40 302	-9,7	2 022	-7,0	42 324	-9,5
O Jogo	Global Notícias – Publicações, SA	18 222	-5,7	2 239	13,8	20 461	-3,9

Fonte: APCT – Boletim Informativo Jan/Dez 2016.

**Fig. A11 - Circulação das revistas femininas/moda, semanais e mensais (valores médios por edição), 2016**

Periodicidade	Títulos	Editor	Circulação impressa total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação digital total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação total 2016	Taxa de variação (%)
Semanal	Maria	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	145 295	-10,6	125	131,5	<b>145 420</b>	<b>-10,6</b>
	Ana	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	31 507	-14,2	27	125,0	<b>31 534</b>	<b>-14,1</b>
Mensal	Happy Woman	Baleska Press – Publicações e Marketing, Lda	88 240	4,5	-	-	<b>88 240</b>	<b>4,5</b>
	Cristina M	Masemba, Ld. <sup>a</sup>	44 720	-38,3	-	-	<b>44 720</b>	<b>-38,3</b>
	Activa	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	40 794	-12,4	1 215	67,8	<b>42 009</b>	<b>-11,2</b>
	Saber Viver	Plot – Content Agency	39 371	-3,9	-	-	<b>39 371</b>	<b>-3,9</b>
	Máxima	Cofina Media S.A.	35 265	-0,3	874	8,4	<b>36 139</b>	<b>-0,1</b>
	Lux Woman	Masemba, Ld. <sup>a</sup>	30 886	-10,4	16	-15,8	<b>30 902</b>	<b>-10,4</b>
	Cosmopolitan	G+J Portugal – Edições, Publicidade e Distribuição, Ld. <sup>a</sup>	24 880	-21,4	508	7,9	<b>25 388</b>	<b>-21,0</b>
	Vogue	Cofina Media S.A.	24 079	-13,7	988	2,7	<b>25 067</b>	<b>-13,1</b>
	Elle	RBA - Publicações, Lda	24 024	-23,7	533	246,1	<b>24 557</b>	<b>-22,3</b>
Women's Health	Motorpress Rodale S.A.	13 665	-28,1	309	-41,8	<b>13 974</b>	<b>-28,4</b>	

Fonte: APCT – Boletim Informativo Jan/Dez 2016.

**Fig. A12 - Circulação das revistas masculinas (valores médios por edição), 2016**

Títulos	Editor	Circulação impressa total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação digital total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação total 2016	Taxa de variação (%)
Men's Health	Motorpress Rodale, SA	17 051	-17,8	1 747	10,3	<b>18 798</b>	<b>-15,8</b>
G.Q.	Light House Editora, Lda.	15 936	-	-	-	<b>15 936</b>	<b>-</b>

Fonte: APCT – Boletim Informativo Jan/Dez 2016.

**Fig. A13 - Circulação das revistas de sociedade (valores médios por edição), 2016**

Títulos	Editor	Circulação impressa total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação digital total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação total 2016	Taxa de variação (%)
Nova Gente	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	72 431	-11,5	36	38,5	<b>72 467</b>	<b>-11,5</b>
Caras	Medipress - Sociedade Jornalística e Editorial, Lda.	48 605	-11,8	620	-52,8	<b>49 225</b>	<b>-12,8</b>
Flash	Cofina Media S.A.	30 715	-12,2	842	-5,5	<b>31 557</b>	<b>-12,1</b>
Lux	Masemba, Lda.	31 000	-31,6	333	974,2	<b>31 333</b>	<b>-30,9</b>
Vip	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	22 660	-12,0	15	87,5	<b>22 675</b>	<b>-11,9</b>

Fonte: APCT – Boletim Informativo Jan/Dez 2016.

**Fig. A14 - Circulação das revistas de televisão (valores médios por edição), 2016**

Títulos	Editor	Circulação impressa total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação digital total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação total 2016	Taxa de variação (%)
TV 7 Dias	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	98 279	-10,4	40	166,7	<b>98 319</b>	<b>-10,4</b>
TV Guia	Cofina Media S.A.	51 414	-7,4	809	-1,9	<b>52 223</b>	<b>-7,4</b>
Telenovelas	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	46 354	-17,1	-	-	<b>46 354</b>	<b>-17,1</b>
TV Mais	Medipress - Sociedade Jornalística e Editorial, Lda.	36 981	-21,9	93	0,0	<b>37 074</b>	<b>-21,9</b>

Fonte: APCT – Boletim Informativo Jan/Dez 2016.

**Fig. A15 - Circulação das revistas de ambiente/divulgação científica (valores médios por edição), 2016**

Títulos	Editor	Circulação impressa total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação digital total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação total 2016	Taxa de variação (%)
National Geographic Portugal	RBA-Revistas Portugal, Lda.	22 302	-11,7	800	237,6	<b>23 102</b>	<b>-9,4</b>

Fonte: APCT – Boletim Informativo Jan/Dez 2016.



**Fig. A16 - Circulação das publicações de cultura/espetáculo (valores médios por edição), 2016**

Títulos	Editor	Circulação impressa total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação digital total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação total 2016	Taxa de variação (%)
Ticketline Magazine	Ticketline, Lda	34 999	8,4	0	-100,0	<b>34 999</b>	<b>-6,3</b>
Blitz	Medipress - Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	7 364	-8,7	329	-11,8	<b>7 693</b>	<b>-8,9</b>
Jornal de Letras, Artes & Ideias	Medipress - Sociedade Jornalística e Editorial, Lda	6 757	6,0	573	-1,0	<b>7 330</b>	<b>5,4</b>
Time Out Porto	Time Out Portugal Unipessoal, Lda	6 620	-13,3	-	-	<b>6 620</b>	<b>-13,3</b>
Time Out Lisboa	Time Out Portugal Unipessoal, Lda	6 490	-10,4	-	-	<b>6 490</b>	<b>-10,4</b>
Revista Ler	Fundação Círculo de Leitores	4 393	2,5	0	-100,0	<b>4 393</b>	<b>2,4</b>

Fonte: APCT – Boletim Informativo Jan/Dez 2016.

**Fig. A17 - Circulação das publicações juvenis (valores médios por edição), 2016**

Títulos	Editor	Circulação impressa total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação digital total 2016	Taxa de variação (%)	Circulação total 2016	Taxa de variação (%)
Visão Júnior	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Ld. <sup>a</sup>	12 045	-15,7	1 250	-13,6	<b>13 295</b>	<b>-15,5</b>

Fonte: APCT – Boletim Informativo Jan/Dez 2016.

## INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO - A EVOLUÇÃO DO MERCADO NOS ÚLTIMOS DEZ ANOS

### 1. Introdução

Pretende-se, no presente capítulo, desenvolver uma análise da distribuição do investimento publicitário pelos vários suportes – televisão, rádio, imprensa, internet, cinema e *outdoor* – mapeando a sua evolução nos últimos dez anos, entre 2006 e 2016, com recurso a diferentes fontes de informação.

Avaliar o investimento publicitário em Portugal é uma tarefa complexa sobretudo devido à volatilidade de um conjunto de variáveis, designadamente

- a determinação do mercado avaliado (os valores divergirão se se incluir, ou não, o cabo, os classificados, a imprensa regional, as rádios locais, a internet, o cinema, etc.); e
- a forma de apurar os preços praticados no mercado publicitário (os valores divergirão se se calcular o investimento a preços de tabela ou a valores líquidos).

Posto isto, é fácil defrontarmo-nos com uma variação das estimativas, que resultam da aplicação de fórmulas, metodologias e fontes de informação diferentes.

Dadas as distintas possibilidades de apuramento dos valores das receitas publicitárias, opta-se, como nos últimos Relatórios de Regulação, por confrontar duas fontes de informação. Por um lado, as estimativas apresentadas pela Marktest/MediaMonitor<sup>1</sup>, baseadas nos preços correntes das tabelas publicadas e em vigor para cada um dos anos, sem considerar os possíveis descontos obtidos nos processos negociais de aquisição de espaço-tempo publicitários. Por outro lado, as estimativas apuradas pela Omnicom<sup>2</sup>, entidade especializada em consultadoria na área dos *media*, baseadas em diversas fontes, nomeadamente nos valores de receitas de grupos de *media* cotados em bolsa, nos valores dos relatórios e contas dos grupos que não se encontram cotados, ambos cotejados com as estimativas de crescimento ou mesmo com dados de receitas anuais fornecidos pelos diversos operadores.

Refira-se que são notórias as disparidades entre uma e outra fonte, tanto no que respeita à avaliação do mercado publicitário, como à distribuição do investimento por meio de comunicação e à evolução de cada meio enquanto suporte publicitário.

No plano metodológico, note-se que, além da forma de apuramento do investimento publicitário, a Marktest e a Omnicom divergem também na circunscrição dos meios que consideram nas suas estimativas:

- A Marktest apenas apresenta valores de investimento publicitário em internet a partir de 2013. Por outro lado, separa o investimento em imprensa em: “Imprensa de informação geral”, “Imprensa especializada” e “Imprensa regional”.
- A Omnicom discrimina os dados da imprensa em: “*Newspapers*” e “*Magazines*”.

---

<sup>1</sup> Constituído em 1980, a Marktest, é um grupo português «especializado em estudos de mercado e processamento de informação». A atividade do grupo abrange várias áreas como «a medição de audiências, monitorização de investimentos publicitários, estudos regulares (barómetros) nas áreas das Telecomunicações, Banca, Seguros, Distribuição Moderna, Painéis na área da Internet, *pricing* e auditoria de retalho, entre outras». <http://www.marktest.com/wap/>

<sup>2</sup> A Omnicom Media Group faz parte do grupo Omnicom Group fundado em 1986 nos Estados Unidos da América. A Omnicom Media Group presta diversos serviços direcionados ao sector dos *media*, especificamente na área de marketing, publicidade e comunicação. <https://www.omnicommediagroup.com/>

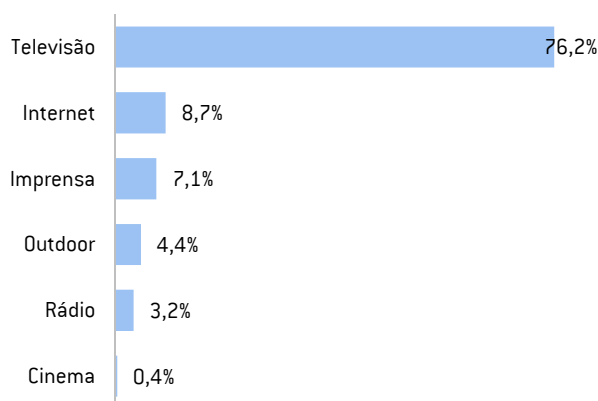
Para uma comparação temporal correta, os valores de ambas fontes foram deflacionados tendo como referência o Índice de Preços no Consumidor (IPC) de 2012, mas ajustados a 2016 [2016=100], portanto, para este ano o valor real é igual ao valor nominal.

## 2. Distribuição do investimento publicitário por meio (Estimativas Marktest)

Segundo o *Anuário de Média & Publicidade 2016*, da Marktest, o investimento em publicidade das empresas em Portugal, aumentou entre 2006 e 2016 em 73,3 %. Durante este período, o investimento foi afetado pela crise entre os anos 2010-2011 e 2011-2012 com quebras nas receitas publicitárias de 4,8 % e 10,0 %, respetivamente. A partir de 2013, o investimento apresentou uma recuperação que se tem mantido até hoje, atingindo quase 8 mil milhões de euros em 2016.

No entanto, numa análise por meio, verifica-se que o investimento publicitário tem evoluído conforme as mudanças no consumo dos *media*, afetando positivamente uns segmentos e negativamente outros.

Fig. 1 - Repartição do investimento publicitário por meio, 2016



Nota: Total do investimento = 7 990 milhões de euros.  
Fonte: Marktest – *Anuário de Média & Publicidade 2016*.

A televisão, enquanto meio de comunicação com maior captação de audiências<sup>3</sup>, concentrou mais de três quartos do investimento publicitário (76,2 %) em 2016. Entre 2006 e 2016 este segmento apresentou o maior crescimento (+88,3 %).

Apesar do investimento em televisão continuar a dominar o mercado, nos últimos anos as empresas publicitárias têm apostado na internet, que de 2013 para 2016 registou o maior aumento (+69,5 % em internet vs. +52,8 % do investimento em televisão), atingindo a segunda posição dos meios com maior investimento e ultrapassando a imprensa.

Por seu lado, a imprensa sofreu uma descida no investimento publicitário, ocupando a terceira posição. Em 2016, 7,1 % das receitas foram direcionadas para este segmento, o qual tem sofrido quebras, nos últimos dez anos, nas publicações de informação geral, especializada e regional em 16,6 %, 38,3 % e 69,4%, respetivamente, facto relacionado com as quebras na circulação em papel.

Outros segmentos com um aumento no investimento publicitário entre 2006 e 2016, mas com menores quotas de investimento anualmente, são a publicidade *outdoor*, a rádio e o cinema. Entre

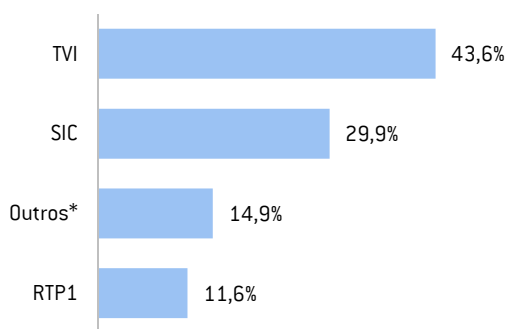
<sup>3</sup> Em 2016, segundo a Marktest, a televisão registou uma taxa de cobertura (*reach* ou audiência total) igual a 84,1 %.

estes, o cinema destacou-se com um incremento igual a 74,9 %, mas continua a ser o segmento que recebe a menor quota do investimento por ano (0,4 % em 2016).

## 2.1. Distribuição do investimento publicitário em televisão (Estimativas Marktest)

Em 2016, a *TVI*, o canal mais visto em Portugal<sup>4</sup>, concentrou a maior quota do investimento publicitário em televisão (43,6 %), seguido pela *SIC* (29,9 %) e a *RTP1* (11,6 %). Os canais cabo (inclui *RTP2*), com uma quota igual a 14,9 %, ultrapassaram a *RTP1* em 3,3 pontos percentuais.

**Fig. 2 - Repartição do investimento publicitário por canal televisivo, 2016**



\*Outros inclui: 24 Kitchen, AXN, AXN Black, AXN White, Cartoon Network Portugal, CMTV, Discovery, Disney Channel, Disney Junior, Fox, Fox Comedy, Fox Life, Fox Movies, Globo, Hollywood, MOV, MTV Portugal, National Geographic, Panda, Panda Biggs, RTP Memória, RTP2, RTP3, SIC Mulher, SIC Notícias, SIC Radical, TV Record, TVI Ficção, TVI Reality e TVI24.

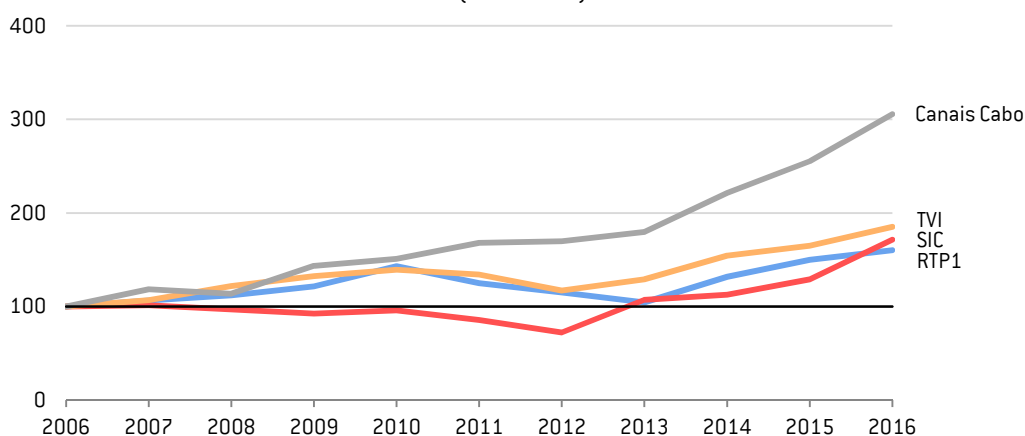
Nota: Total do investimento em televisão = 6 087 milhões de euros.

Fonte: Marktest – Anuário de Media & Publicidade 2016.

Entre os serviços de programas distribuídos através dos serviços de televisão por subscrição, o canal de informação *TVI24* e o canal de séries e filmes *Fox*, tiveram a maior fatia de investimento publicitário com 2,4 % e 2,3 %, respetivamente.

Analisando a distribuição do investimento publicitário em televisão, entre 2006 e 2016, os canais cabo têm vindo a ganhar cada vez mais importância no mercado. Para este período, as receitas publicitárias triplicaram nestes serviços de programas, facto relacionado com o aumento da taxa de penetração da televisão por subscrição e pelo aumento das audiências destes canais.

**Fig. 3 – Evolução do investimento publicitário por canal televisivo, 2006-2016**  
(2006=100)\*



\*Índice de Base Fixa.

Fonte: Marktest – Anuário de Media & Publicidade 2016.

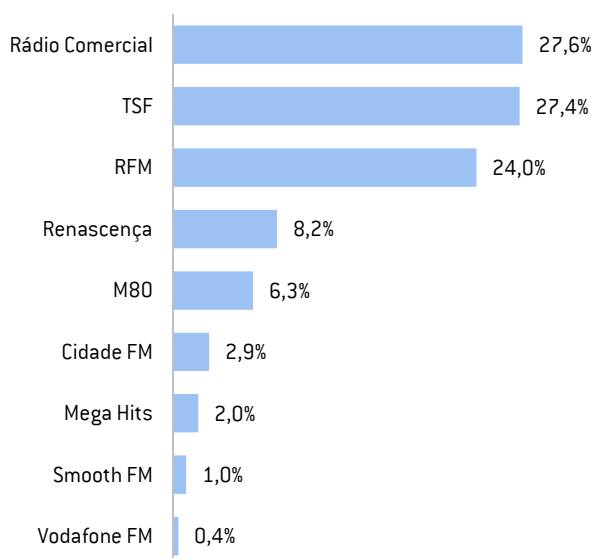
<sup>4</sup> Em 2016, segundo a Marktest, a *TVI* atingiu uma audiência média (*rating*) igual a 4,3 % e uma quota de audiência (*share*) igual a 21,5 %.

Outro fator que permite enquadrar as diferenças da distribuição do investimento em publicidade entre os serviços de programas é a regulamentação no país. Segundo o artigo 40.º, n.º 1, da Lei de Televisão, o tempo destinado à publicidade não pode exceder os seis ou 12 minutos por hora, dependendo do serviço de programa. Os serviços de programa de acesso não condicionado livre privados (*TVI* e *SIC*) e de acesso não condicionado com assinatura (canais cabo) não podem exceder os 12 minutos de publicidade por hora. No caso da *RTP1*, como serviço de programa público não condicionado livre, e os serviços de programas condicionados com assinatura (canais *premium*) a publicidade comercial não pode exceder os seis minutos por hora. Na *RTP2* é proibida a transmissão de anúncios publicitários, exceto para fins institucionais.

## 2.2. Distribuição do investimento publicitário em rádio (Estimativas Marktest)

Em 2016, as seguintes três estações radiofónicas concentraram 79,1 % do investimento publicitário: a *Rádio Comercial* (27,6 %), a *TSF* (27,4 %) e a *RFM* (24,0 %).

**Fig. 4 - Repartição do investimento publicitário por estação radiofónica, 2016**



Nota: Total do investimento em rádio = 254 milhões de euros.

Fonte: Marktest – *Anuário de Média & Publicidade 2016*.

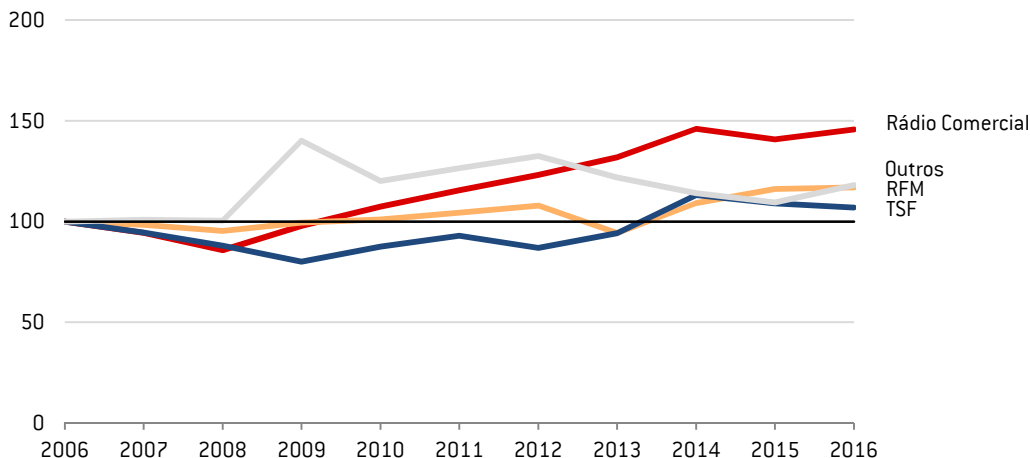
É importante salientar que nem sempre é possível relacionar uma maior captação de investimento publicitário com os meios com maiores níveis de audiências, como é o caso da *TSF*, que sendo uma estação com uma audiência baixa, em comparação com a *Rádio Comercial* e a *RFM*<sup>5</sup>, capta anualmente uma percentagem importante das receitas publicitárias.

Este facto poderá estar relacionado com o tipo de programação da *TSF* e as características do público-alvo desta estação. A *TSF* caracteriza-se por transmitir maioritariamente informação e os seus ouvintes costumam ser pessoas entre os 25 e os 44 anos, pertencentes aos quadros médios e superiores e às classes sociais mais altas (A e B), portanto, o perfil do seu público pode também ser um fator que atrai o investimento publicitário de um determinado tipo de empresas, como as do setor automóvel, bancário e seguros.

<sup>5</sup> Em 2016, segundo a Marktest, a *TSF* registou uma audiência acumulada de véspera igual a 3,0 %. Por seu lado, a *Rádio Comercial* atingiu uma audiência igual a 16,5 % e a *RFM* igual a 15,5 %.

Na análise dos últimos dez anos destaca-se um aumento das receitas publicitárias em rádio igual a 20,7 % e a *Radio Comercial*, que no mesmo período cresceu 45,8%, é a estação que anualmente continua a atrair o mercado publicitário.

**Fig. 5 - Evolução do investimento publicitário por estação radiofónica, 2006-2016**  
[2006=100]\*



\*Índice de Base Fixa.

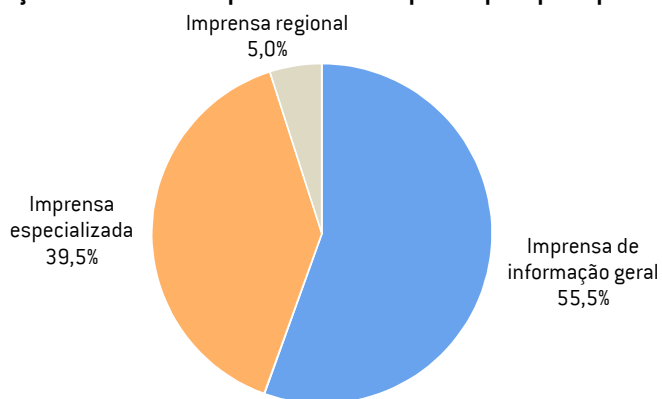
Fonte: Marktest – Anuário de Media & Publicidade 2016.

### 2.3. Distribuição do investimento publicitário em imprensa (Estimativas Marktest)

Em 2016, as publicações de informação geral continuaram a obter maior quota de investimento publicitário (55,5%). Cabe aqui salientar, segundo dados da Marktest, que este tipo de publicações apresenta os maiores níveis de audiência anuais<sup>6</sup>.

Considerando as publicações especializadas, quatro segmentos atraíram mais de três quartos do investimento: Desporto/Veículos (25,4%), Femininas/Moda (19,4%), Economia/Negócios/Gestão (17,3%) e Sociedade (15,3%).

**Fig. 6 - Repartição do investimento publicitário em imprensa por tipo de publicação, 2016**



Nota: Total do investimento em imprensa = 569 milhões de euros.

Fonte: Marktest – Anuário de Media & Publicidade 2016.

De 2006 para 2016 o investimento publicitário em imprensa baixou 31,9%, sendo a imprensa regional o segmento mais afetado, com uma diminuição igual a 69,4%.

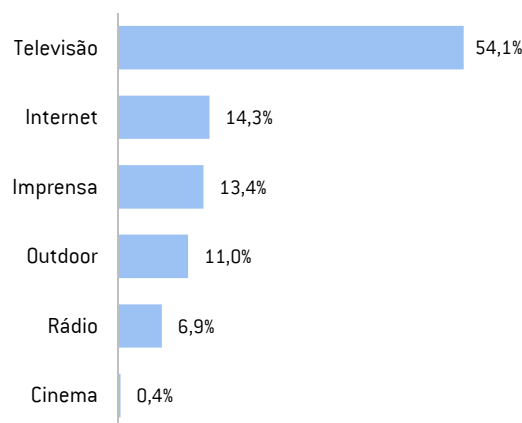
<sup>6</sup> Em 2016, de acordo com a Marktest, as publicações de informação geral registaram uma audiência média igual a 31,2%.

### 3. Distribuição do investimento publicitário por meio (Estimativas da Omnicom Media Group)

Segundo as estimativas da Omnicom Media Group<sup>7</sup>, o investimento publicitário, em 2016, foi aproximadamente de 542 milhões de euros, o que representa uma diminuição face a 2006 de 38,3%. Durante este período, o investimento sofreu várias quebras devido aos problemas estruturais da economia portuguesa, destacando-se os anos 2008-2009 com uma diminuição igual a 13,9%, e 2011-2012 com uma quebra de 20,0%. A partir de 2014, o investimento publicitário tem registado aumentos, mas estes não ultrapassam o valor registado em 2006.

A televisão continua a captar a maior quota das receitas publicitárias, com uma percentagem igual a 54,1% em 2016. Não obstante, considerando o período 2006-2016, verifica-se que, em detrimento do investimento nos canais generalistas em sinal aberto [-41,1 %], as empresas direcionaram mais as receitas publicitárias para os canais cabo [+29,8 %], ou seja, canais com ofertas mais personalizadas e que têm aumentado os seus níveis de audiência nos últimos anos.

Fig. 7 - Repartição do investimento publicitário por meio, 2016



Nota: Total do investimento = 542 milhões de euros.

Fonte: Omnicom Media Group.

Em 2016, o investimento publicitário em internet ultrapassou o valor registado pela imprensa, obtendo mais de 77 milhões de euros e ocupando a segunda posição dos meios com mais investimento. Nos últimos dez anos, as receitas publicitárias em internet, comparadas com os restantes segmentos, tem assinalado o maior crescimento [+637,0%]. Por seu lado, a imprensa, tem sofrido a maior quebra em dez anos [-69,3%].

Entre 2006 e 2016, outros segmentos como o cinema, *outdoor* e a rádio, tiveram quebras nas receitas publicitárias iguais a 56,5 %, 48,4 % e 33,0 %, respetivamente.

### 4. Semelhanças e diferenças entre as estimativas da Marktest e da Omnicom Media Group

Como já referido, as estimativas da Marktest e do grupo Omnicom são calculadas de formas diferentes e portanto podem-se apreciar grandes disparidades entre os valores apresentados. A Marktest calcula as estimativas com base em preços de tabela, o que se reflete numa visão inflacionada do valor do mercado publicitário. Por sua vez, as estimativas da Omnicom através de diversas fontes pretendem aproximar-se dos preços realmente praticados.

<sup>7</sup> Estas estimativas não são publicadas. A Omnicom envia diretamente estes dados aos requerentes.

Em 2016, segundo a Marktest, o valor total estimado de investimento publicitário foi de 7 990 milhões de euros; já o grupo Omnicom estimou um valor na ordem dos 542 milhões de euros. Ou seja, a estimativa da Marktest ultrapassou o valor da Omnicom mais de 14 vezes, sendo evidentes grandes diferenças nos cálculos realizados.

Outra divergência verifica-se na evolução do investimento publicitário entre 2006-2016. Para a Marktest o investimento neste período aumentou 73,3 % e, para a Omnicom, o investimento decresceu em 38,3 %.

Também se destacam diferenças na evolução do investimento publicitário nos diferentes meios entre 2006-2016. O investimento em publicidade em televisão, segundo a Marktest, cresceu 88,3 %. No entanto, conforme a Omnicom, em dez anos o investimento neste segmento diminuiu 35,8%.

Há diferenças na evolução do investimento entre os canais em sinal aberto e os canais cabo. Para a Marktest o investimento em ambas as tipologias de serviços de programas aumentou e, por seu lado, os valores da Omnicom assinalam um aumento só nos canais cabo.

Outros segmentos com uma evolução oposta no investimento são a publicidade em *outdoor*, rádio e cinema. Entre 2006 e 2016, a Marktest, estimou um aumento das receitas publicitárias nestes meios (*outdoor*: +12,6 %, rádio: +20,7 % e cinema: +74,9 %) e o grupo Omnicom, pelo contrário, estimou uma diminuição nestes segmentos (*outdoor*: -48,4 %, rádio: -33,0 % e cinema: -56,5 %).

Além das disparidades entre os valores e o comportamento do investimento publicitário ao longo do tempo em Portugal, é possível identificar semelhanças entre as estimativas dadas por estas fontes.

Em primeiro lugar, a distribuição do investimento publicitário pelos diferentes meios de comunicação é igual para ambas as fontes de dados, ou seja, a televisão é o meio que recebeu a maior parte das receitas publicitárias, seguido pela internet, imprensa, *outdoor*, rádio e cinema.

Em 2016, destaca-se o investimento publicitário em internet que, pela primeira vez, ocupou a segunda posição dos segmentos que mais atrai o mercado publicitário. Por seu lado, as receitas publicitárias em imprensa têm vindo a diminuir.

Outro ponto de convergência é que os canais em sinal aberto representaram a principal fatia do investimento em publicidade.

Para as duas fontes, a partir de 2014, considerando as diferenças percentuais, o investimento publicitário tem apresentado sinais de recuperação com aumentos consecutivos.

A comparação entre os anos 2015 e 2016 confirma que o investimento publicitário em televisão, internet, *outdoor*, rádio e cinema aumentou. Do mesmo modo, para a Marktest e para o grupo Omnicom, o investimento em imprensa diminuiu neste período.



**ANEXOS**  
**INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO - A EVOLUÇÃO DO MERCADO NOS ÚLTIMOS DEZ ANOS**

**Fig. A1 - Repartição do investimento publicitário por meio (milhões de euros), 2006 – 2016**  
 IPC (2016=100)\*

Meio / Ano	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	<b>2016</b>
Televisão	3 232,7	3 428,1	3 607,1	3 840,9	4 089,6	3 880,8	3 458,5	3 983,9	4 648,2	5 154,6	<b>6 087,0</b>
Internet	-	-	-	-	-	-	-	410,8	480,1	545,1	<b>696,2</b>
Imprensa informação geral	378,8	387,4	368,6	426,3	382,6	340,9	319,0	314,5	319,1	341,7	<b>315,8</b>
Imprensa especializada	364,5	369,6	354,2	332,6	348,1	315,7	271,5	252,4	259,5	252,2	<b>225,0</b>
Imprensa regional	92,1	150,1	181,6	51,1	46,8	43,2	32,5	30,3	28,4	27,9	<b>28,2</b>
Outdoor	315,0	315,5	328,7	340,1	316,8	324,7	304,3	300,8	322,3	333,1	<b>354,6</b>
Rádio	210,4	203,8	193,6	214,3	215,5	227,6	231,9	228,9	252,3	248,7	<b>254,0</b>
Cinema	16,5	24,4	25,4	25,0	25,3	30,3	27,3	21,7	21,4	27,5	<b>28,8</b>
<b>Total</b>	<b>4 610,0</b>	<b>4 879,0</b>	<b>5 059,2</b>	<b>5 230,2</b>	<b>5 424,7</b>	<b>5 163,2</b>	<b>4 644,9</b>	<b>5 543,4</b>	<b>6 331,4</b>	<b>6 930,7</b>	<b>7 989,7</b>

\*Nota: Valores deflacionados tendo como referência o Índice de Preços no Consumidor (IPC) de 2012, mas ajustados a 2016.

Fonte: Marktest – *Anuários de Média & Publicidade*.

**Fig. A2 Repartição do investimento publicitário por canal televisivo (milhões de euros), 2016**

<b>Canal</b>	<b>Investimento</b>	<b>%</b>
TVI	2 655,1	43,620
SIC	1 822,7	29,944
RTP1	704,7	11,577
TVI24	148,9	2,446
Fox	139,0	2,283
AXN	95,5	1,569
SIC Notícias	83,3	1,369
Fox Life	81,4	1,337
CMTV	60,0	0,986
TV Record	56,8	0,933
Hollywood	39,7	0,652
SIC Mulher	30,6	0,502
RTP3	30,2	0,496
Panda	18,7	0,308
Disney Channel	17,2	0,283
TVI Ficção	12,0	0,197
Globo	9,9	0,162
TVI Reality	9,5	0,157
Cartoon Network Portugal	9,5	0,157
SIC Radical	9,2	0,152
MTV Portugal	7,6	0,124
Disney Junior	7,3	0,120
Fox Comedy	6,9	0,114
Discovery	6,5	0,107
Fox Movies	5,5	0,090
National Geographic	5,2	0,086
24 Kitchen	3,1	0,051
RTP2	2,6	0,043
RTP Memória	2,5	0,041
AXN White	2,2	0,036
AXN Black	1,8	0,030
Panda Biggs	1,5	0,025
MOV	0,3	0,004
<b>Total</b>	<b>6 087,0</b>	<b>100,000</b>

Fonte: Marktest – Anuário de Média & Publicidade 2016.

**Fig. A3 - Repartição do investimento publicitário em imprensa por tipo de publicação (milhões de euros), 2016**

<b>Tipo de publicação</b>	<b>Investimento</b>	<b>%</b>
<b>Imprensa de informação geral</b>	<b>315,8</b>	<b>55,5</b>
<b>Imprensa regional</b>	<b>28,2</b>	<b>5,0</b>
<b>Imprensa especializada</b>	<b>225,0</b>	<b>39,5</b>
Desporto/Veículos	57,1	10,0
Femininas/Moda	43,5	7,7
Economia, negócios e gestão	38,9	6,8
Sociedade	34,5	6,1
Televisão e jogos	9,5	1,7
Sectorial	7,5	1,3
Interesse Geral	5,7	1,0
Saúde/Educação	5,6	1,0
Lazer	4,0	0,7
Masculinas	3,9	0,7
Decoração	3,6	0,6
Cultura/Espetáculo	3,5	0,6
Tecnologias de informação	2,8	0,5
Viagens e turismo	2,0	0,4
Culinária	1,3	0,2
Ambiente/Divulgação científica	0,7	0,1
Juvenis	0,5	0,1
Para crianças	0,4	0,1
<b>Total</b>	<b>569,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Marktest – Anuário de Media & Publicidade 2016.

**Fig. A4 - Repartição do investimento publicitário por meio (milhões de euros), 2006-2016**  
IPC (2016=100)\*

Meio / Ano	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	<b>2016</b>
TV FTA	422,9	425,1	411,2	361,8	372,9	310,4	252,4	224,7	244,4	245,7	<b>249,1</b>
Pay TV	34,1	37,6	39,5	33,7	40,1	32,8	33,6	35,0	40,8	42,6	<b>44,2</b>
Internet	10,5	18,5	24,3	26,9	32,4	35,0	35,7	40,9	50,9	63,3	<b>77,5</b>
Magazines	157,4	160,5	142,5	111,7	103,7	84,9	58,9	52,1	54,4	49,8	<b>47,4</b>
Newspapers	78,3	77,2	74,7	59,2	47,1	43,8	32,5	26,1	28,0	25,7	<b>24,9</b>
Outdoor	115,1	118,0	117,0	102,0	101,7	89,2	59,8	52,2	58,1	57,4	<b>59,4</b>
Radio	55,5	54,2	49,4	43,6	42,3	42,6	38,6	34,5	37,4	36,1	<b>37,2</b>
Cinema	4,9	5,0	4,8	4,5	3,7	3,0	1,9	1,5	1,4	1,9	<b>2,1</b>
<b>Total</b>	<b>878,7</b>	<b>896,0</b>	<b>863,5</b>	<b>743,4</b>	<b>743,9</b>	<b>641,7</b>	<b>513,5</b>	<b>467,1</b>	<b>515,3</b>	<b>522,4</b>	<b>541,9</b>

\*Nota: Valores deflacionados tendo como referência o Índice de Preços no Consumidor (IPC) de 2012, mas ajustados a 2016.  
Fonte: Omnicom Media Group.

## PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

### 1. Enquadramento

O presente relatório, relativo ao ano de 2016, considera os serviços da administração direta do Estado, os institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial que, à data de 31 de dezembro de 2016, tenham inserido na Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado, os dados relativos à realização de campanhas considerados necessários para a elaboração do mesmo.

Neste relatório descreve-se o balanço do ano de 2016, os antecedentes legislativos, a criação da Plataforma Digital e apresentam-se os dados resultantes da comunicação efetuada pelas entidades abrangidas pelo citado diploma.

### 2. Antecedentes

O Decreto-Lei n.º 231/2004, de 13 de dezembro<sup>1</sup>, estabelecia o regime aplicável à distribuição das ações informativas e de publicidade do Estado, em território nacional, prevendo a afetação às rádios locais e imprensa regional, em suporte de papel ou em suporte eletrónico, de uma percentagem do custo global previsto para a compra de espaço em radiodifusão e na imprensa em cada trimestre.

A adjudicação das ações publicitárias às rádios locais e à imprensa regional deveria ter em consideração determinados critérios, tais como a tiragem e periodicidade das publicações, a proximidade geográfica do suporte em relação aos destinatários visados pela mensagem, a adequação concreta dos suportes publicitários aos objetivos da ação informativa ou publicitária e a qualidade gráfica da publicação ou a qualidade radiofónica do serviço de programas, sempre que as mesmas sejam determinantes para a melhor receitividade da mensagem junto dos destinatários.

No âmbito deste diploma, cabiam as ações informativas e publicitárias da iniciativa do Governo, da administração central e dos institutos públicos<sup>2</sup>, competindo ao Instituto da Comunicação Social reportar os casos de incumprimento ao Tribunal de Contas.

Alinhada com as prioridades do Programa do XVIII Governo Constitucional (2009-2013) – mais transparência na publicidade institucional do Estado – a Resolução do Conselho de Ministros n.º 47/2010, de 25 de junho, veio fixar as diretrizes e os eixos fundamentais para a realização de ações de publicidade institucional do Estado, espelhando a necessidade da adoção de mecanismos que assegurassem a legalidade, a isenção, a equidade e a adequação dos meios à finalidade de interesse público da mensagem na aquisição de publicidade institucional, criando formas de controlo e fiscalização.

Para o efeito, a citada resolução procedeu a uma revisão do diploma sobre publicidade do Estado, adotando medidas de transparência sobre a colocação da publicidade institucional à escala nacional, regional ou local, através da criação de uma base de dados<sup>3</sup> de acesso público que permitisse a monitorização dos montantes afetos a cada órgão de comunicação social.

---

<sup>1</sup> Este Decreto-Lei veio concretizar a atual redação do art.º 27.º do Código da Publicidade e revogou o Decreto-Lei n.º 84/96, de 29 de junho, alterado pela Lei n.º 52/96, de 27 de dezembro, e a Portaria n.º 209/96, de 12 de junho.

<sup>2</sup> Com exceção dos institutos públicos de regime especial previstos na alínea f) do n.º 1 do art.º 48.º da Lei n.º 3/2004, de 15 de janeiro (Entidades Administrativas Independentes).

<sup>3</sup> A Portaria n.º 1297/2010, de 21 de dezembro, aprovou as normas e as especificações técnicas necessárias à gestão e ao funcionamento da base de dados da publicidade institucional do Estado e outras entidades públicas.

A resolução determinava que as entidades abrangidas devessem acompanhar a execução dos contratos celebrados para divulgação de comunicações publicitárias institucionais, devendo incluir no respetivo relatório de atividades uma secção especificamente dedicada à informação sintética sobre as iniciativas desenvolvidas nesse âmbito. Tal informação, por seu turno, era anualmente remetida ao GMCS, o qual a integrava numa base de dados eletrónica de acesso geral e elaborava um relatório anual de avaliação do grau de cumprimento que remetia à tutela até ao final do primeiro semestre de cada ano civil.

Para além da inclusão no relatório de atividades, as entidades responsáveis encontravam-se ainda obrigadas a remeter ao GMCS, informação anual com indicação do montante global investido em ações de publicidade de montante igual ou superior a 15 Mil Euros do montante anual afeto a cada órgão de comunicação social, devidamente identificado.

Acresce que as entidades se encontravam ainda adstritas ao reporte trimestral de elementos sobre o cumprimento do Decreto-Lei n.º 231/2004, relativo à colocação de publicidade nos órgãos de comunicação social locais e regionais, identificando, quando aplicável, quais os órgãos de comunicação locais e regionais nos quais teve lugar a colocação de publicidade institucional.

Entretanto, o GMCS foi extinto<sup>4</sup>, sendo substituído nas suas atribuições e competências, pela Direção de Serviços de Política Legislativa para os Media da Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros.

### **3. A Entidade Reguladora para a Comunicação Social**

As razões que estiveram na base dos trabalhos de elaboração da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, tiveram que ver, desde logo, com a própria evolução dos meios de comunicação social, com a crescente necessidade de maior transparência da afetação da despesa com as campanhas publicitárias promovidas pelo Estado e valorização da atividade dos órgãos de comunicação social de âmbito local e regional<sup>5</sup>.

Neste contexto, a Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, veio estabelecer as regras e os deveres de transparência a que passa a estar sujeita a realização de campanhas de publicidade institucional do Estado, bem como as regras aplicáveis à sua distribuição, em território nacional, através dos órgãos de comunicação social locais e regionais, revogando o Decreto-Lei n.º 231/2004, de 13 de dezembro.

Com a entrada em vigor do referido diploma, em 16 de outubro de 2015, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante designada, ERC) passou a ter competências para verificar e fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e da aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional em cada campanha<sup>6</sup>, bem como à verificação da afetação do uso de determinado meio de comunicação social local e regional em detrimento de outro. Perante as situações de incumprimento, a ERC tem o dever de proceder à sua comunicação ao Tribunal de Contas.

A nova lei procedeu a importantes modificações ao regime da publicidade institucional do Estado. Desde logo, a clarificação do próprio conceito de publicidade institucional do Estado<sup>7</sup>.

---

<sup>4</sup> O GMCS funcionou de 1 de junho de 2007 a 4 de junho de 2014.

<sup>5</sup> Esta lógica de valorização dos órgãos de comunicação social de proximidade às comunidades encontra-se refletida no Decreto-Lei n.º 137/2014, de 12 de setembro, que estabeleceu o modelo de governação dos fundos europeus estruturais e de investimento para o período de 2014-2020.

<sup>6</sup> Vd. N.º 4 do art.º 8º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

<sup>7</sup> Cf. Alínea a) do artigo 3.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

A este propósito, cumpre esclarecer que este diploma não abrange os atos de publicação obrigatória, mais precisamente os editais, avisos, concursos públicos e outros instrumentos que, por força da lei, os organismos públicos devem publicitar através dos órgãos de comunicação social. Tais formas de comunicação não integram o conceito de publicidade, na aceção do artigo 3.º do Código da Publicidade, na medida em que não têm por objeto promover, com vista à sua comercialização ou alienação, de forma direta ou indireta, quaisquer bens ou serviços, ou promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições. No mesmo sentido, a alínea a) do artigo 3.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, define a publicidade institucional do Estado como sendo todas as formas de comunicação que visem a divulgação dos fins, atribuições e missões de serviço público da entidade.

Por outro lado, é alargado o âmbito de aplicação às campanhas de publicidade institucional promovidas pelas entidades do setor empresarial do Estado concessionárias de serviços públicos. Note-se, contudo, que ao contrário da legislação anterior,<sup>8</sup> a redação da nova lei não exceciona os institutos públicos de regime especial (entidades administrativas independentes).

Realce-se que o presente regime atribui à ERC um mecanismo de supervisão prévia, condicionando o pagamento das campanhas de publicidade institucional do Estado de valor unitário igual ou superior a 15 Mil Euros a registo prévio na ERC para verificação da afetação das percentagens<sup>9</sup>.

Ainda neste âmbito, importa referir o reforço do dever geral de comunicação das campanhas de publicidade institucional do Estado, independentemente do seu valor. Assim, cada aquisição de espaço publicitário deverá ser comunicada à ERC até 15 dias após a sua contratação, através do envio de cópia da respetiva documentação de suporte<sup>10</sup>.

Por outro lado, é alargado o tipo ou conteúdo de publicidade que se deve ter por vedada<sup>11</sup>, reforçando assim a vinculação à prossecução de interesses públicos relevantes nas campanhas de publicidade desenvolvidas por entidades públicas.

A ERC passa a estar responsável pela elaboração de um relatório mensal sobre a adjudicação das campanhas de publicidade institucional do Estado que deve ser disponibilizado mensalmente no respetivo sítio de internet e, ainda pela remessa à Assembleia da República de relatório anual de avaliação sobre o grau de cumprimento da presente lei.

#### **4. A Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado**

Face à atribuição de novas competências pela Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, o Conselho Regulador da ERC considerou fundamental o desenvolvimento de um sistema informático que possibilite a gestão de toda a informação respeitante à publicidade institucional do Estado. Nesta sequência, foi criado o Grupo de Trabalho para a Publicidade – o GTPUB – com o objetivo de proceder ao estudo, desenvolvimento e implementação da Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado, sendo constituído por técnicos superiores da ERC.

Adicionalmente foi criado para dar resposta aos pedidos de esclarecimento relativos à aplicação do regime jurídico da publicidade institucional do Estado, o endereço de correio eletrónico [publicidade.institucional@erc.pt](mailto:publicidade.institucional@erc.pt) e a linha telefónica com o número 210 107 000 (disponível nos dias úteis, entre as 9h30-12h30 e as 14h30-17h30).

---

<sup>8</sup> Cf. Artigo 2.º do Decreto-Lei n.º 231/2004, de 13 de dezembro

<sup>9</sup> Vd. Artigo 10.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto

<sup>10</sup> Cf. Artigo 7.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto

<sup>11</sup> Cf. Artigo 6.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto

A Plataforma Digital foi lançada no dia 1 de setembro de 2016, visando permitir a comunicação de dados de forma célere, cómoda e eficaz.

A utilização desta Plataforma encontra-se reservada apenas a representantes dos serviços da administração direta do Estado, dos institutos públicos e das entidades que integram o setor público empresarial, uma vez que são estes os organismos que se encontram obrigados a comunicar a aquisição de espaço publicitário para a realização de campanhas de publicidade institucional do Estado.

Através da Plataforma Digital, cada entidade cria um registo que permite o seu acesso para inserção de informação respeitante à promoção de ações informativas e publicitárias. Esta informação é gerida, em *backoffice*, pelo GTPUB, sendo posteriormente disponibilizada no sítio eletrónico da ERC através da elaboração do relatório mensal relativo às ações informativas e publicitárias. Nesta ferramenta encontra-se igualmente disponível o respetivo Manual de Utilização da Plataforma, a legislação aplicável e um conjunto de Perguntas & Respostas sobre esta matéria.

Na primeira utilização da plataforma, o responsável pela comunicação de dados deve solicitar à ERC a criação e validação de um registo de utilizador. O pedido de registo será posteriormente objeto de validação pelos serviços da ERC.

Durante o ano de 2016, verificou-se a solicitação de registo de acesso à Plataforma Digital de um total de 29 (vinte e nove) entidades, conforme demonstrado na figura 1.

**Fig. 1 – Entidades registadas na Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado em 2016**

N.º Registo	Designação da Entidade
<b>2016</b>	
1	INFARMED - Autoridade Nacional do Medicamento e Produtos de Saúde, I.P.
2	INE - Instituto Nacional de Estatística, I.P.
3	Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve
4	Secretaria-Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social
5	SSAP - Serviços Sociais da Administração Pública
6	IGFSS - Instituto de Gestão Financeira da Segurança Social, I.P.
7	Centro Hospitalar de Lisboa Central, E.P.E.
8	SICAD - Serviço de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e nas Dependências
9	Centro Hospitalar de Trás-os-Montes e Alto Douro, E.P.E.
10	Instituto Politécnico de Viseu
11	Unidade de Saúde do Nordeste, E.P.E.
12	INEM - Instituto de Emergência Médica, I.P.
13	Unidade Local de Saúde de Castelo Branco, E.P.E.
14	ICNF - Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, I.P.
15	Instituto Politécnico de Coimbra
16	Centro Hospitalar de Vila Nova de Gaia/Espinho, E.P.E.
17	Secretaria-Geral do Ministério da Justiça
18	INA - Direção-Geral da Qualificação dos Trabalhadores em Funções Públicas
19	Autoridade de Gestão do Plano de Desenvolvimento Rural 2020
20	FCT - Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa
21	Centro Hospitalar e Universitário de Coimbra, E.P.E.



22	Unidade Local de Saúde do Alto Minho, E.P.E.
23	LNEG - laboratório Nacional de Energia e Geologia
24	Secretaria-Geral do Ministério do Ambiente
25	Instituto Politécnico de Tomar
26	Serviços de Ação Social do Instituto Politécnico de Tomar
27	IGAC-Inspeção-Geral das Atividades Culturais
28	Direção-Geral da Saúde
29	Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional, I.P.

\*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado/ Base de dados interna ERC

Após a validação do registo de acesso pelos serviços da ERC, a entidade acede à Plataforma Digital com a *password* por si definida e procede à inserção de dados relativos às campanhas de publicidade institucional do Estado por si promovidas.

Cada aquisição de espaço publicitário para divulgação de campanhas de publicidade institucional do Estado deverá ser comunicada à ERC até 15 dias após a sua contratação, através de inserção de cópia da respetiva documentação de suporte, em conformidade com o disposto no artigo 7.º do citado diploma.

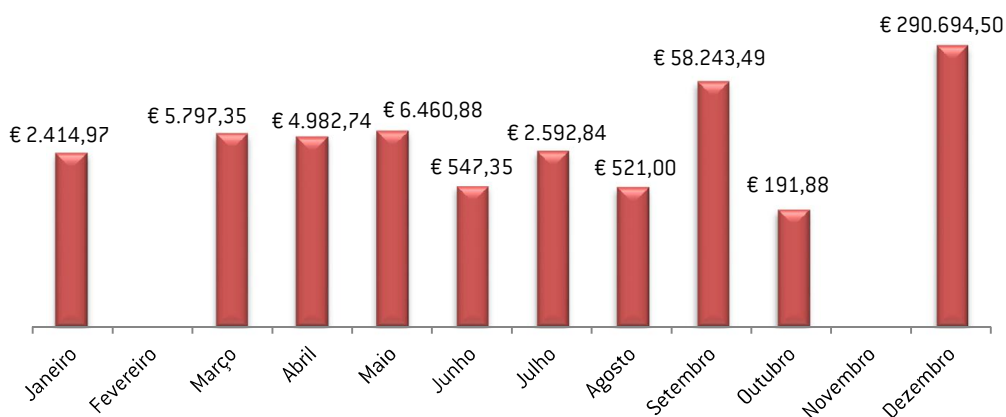
Consideram-se “documentação de suporte” os documentos que enquadram o fornecimento e procedem à regulação da relação contratual estabelecida entre a entidade promotora e o fornecedor do espaço publicitário que permitam a completa e clara interpretação da aquisição em análise, designadamente o contrato com o respetivo plano de meios devidamente clarificado e a fatura/recibo.

Note-se que existe dever de comunicação independentemente do valor da campanha de publicidade institucional do Estado.

O relatório mensal disponibilizado pela ERC no seu sítio de internet é elaborado com base nas informações comunicadas na Plataforma Digital pelas entidades abrangidas pela legislação.

No ano de 2016, registou-se um investimento total de € 372 447, 00 (trezentos e setenta e dois mil e quatrocentos e quarenta e sete euros) em aquisição de espaço publicitário para divulgação de campanhas de publicidade institucional do Estado.

**Fig. 2 – Investimento total mensal relativo a 2016**



\*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado/ Base de dados interna ERC

O quadro acima representa o investimento mensal verificado no período em referência. O investimento mais elevado verificou-se nos meses de setembro e dezembro de 2016, sendo que nos meses de fevereiro e novembro não foi comunicado qualquer investimento.

Neste sentido, conclui-se que a dinâmica de comunicação de despesas com campanhas de publicidade institucional do Estado não foi uniforme ao longo do ano, apresentando uma acentuada variação mensal em termos de montantes de investimento.

A figura 3 identifica as entidades que, neste período, procederam ao dever de comunicação de despesas em campanhas de publicidade institucional do Estado. Registou-se a promoção de um total de 41 (quarenta e uma) campanhas.

**Fig. 3 – Entidades que procederam ao dever de comunicação em 2016**

Entidade	Nº Campanhas Realizadas	Montante Total
Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve	2	€ 4 257,33
Direção-Geral da Saúde	1	€ 4 895,00
Escola Superior de Saúde de Viseu	1	€ 2 952,00
INFARMED - Autoridade Nacional do Medicamento e dos Produtos de Saúde, I.P.	6	€ 56.522,05
Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana, I.P.	1	€ 1 688,18
Instituto Politécnico de Tomar	8	€ 7 687,50
Instituto Politécnico de Viseu	11	€ 6 005,29
Programa de Desenvolvimento Rural 2017 - 2020	3	€ 1 350,00
Secretaria-Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social	1	€ 922,49
Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros	4	€ 4 136,56
Serviços Sociais da Administração Pública	2	€ 221,40
Agência Nacional para a Qualificação e Ensino Profissional	1	€ 281.809,20
<b>TOTAIS</b>	<b>41</b>	<b>€ 372 447,00</b>

\*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado / Base de dados interna ERC

O valor máximo registado corresponde à campanha promovida pela Agência Nacional para a Qualificação e Ensino Profissional (com um montante de € 281 809,20) e o valor mínimo aos Serviços Sociais da Administração Pública (com um montante de € 221,40).

Paralelamente, o artigo 5.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, prevê a possibilidade de adjudicação de campanhas de publicidade institucional do Estado pela entidade promotora a agências de publicidade. As entidades promotoras devem, no entanto, certificar-se que as agências de publicidade cumprem cumulativamente os seguintes requisitos: encontrar-se em exercício de atividade há mais de doze meses à data do início do processo de adjudicação; apresentar evidências de solidez e capacidade profissional; possuir situação tributária e contributiva regularizada perante o Estado e a Segurança Social; cumprimento do regime de contratação pública (Decreto-Lei n.º 18/2008, de 29 de janeiro).

Assim, durante o período em análise, apenas o INFARMED – Autoridade Nacional do Medicamento e dos Produtos de Saúde, I.P., recorreu a agência publicitária para adjudicação das campanhas por si promovidas (Cf. Fig. 4).

**Fig. 4 - Campanha realizada com recurso a agência publicitária em 2016**

Entidade	Nº de campanhas	Campanhas c/ agência	Designação Agência
INFARMED - Autoridade Nacional do Medicamento e dos Produtos de saúde, I.P.	6	6	Young & Rubican

\*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado/ Base de dados interna ERC

No que diz respeito às campanhas de valor igual ou superior a 15 Mil Euros, o seu pagamento só é permitido após o registo prévio da respetiva despesa e verificação da afetação das percentagens pela ERC, nos termos do artigo 8.º. Na verdade, tal significa que a ERC terá de proceder à validação dessa despesa para que o seu pagamento possa ser efetuado.

Para o efeito, a entidade promotora deverá remeter à ERC informação detalhada sobre a campanha de publicidade institucional do Estado que pretende promover, juntando cópia do contrato e respetivo plano de meios, bem como a indicação e respetiva justificação da distribuição da percentagem mínima de 25% pelos órgãos de comunicação social devidamente identificados, nos termos dos números 1 e 4 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

Após validação da ERC, a entidade procede ao registo da respetiva despesa na Plataforma Digital onde, para além de outras informações, deve fazer a indicação e justificação das percentagens de afetação aos meios de comunicação social utilizados na promoção da campanha, em conformidade com o número 4 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

Neste contexto, no período em análise, foram comunicadas à ERC as campanhas identificadas na figura 5.

**Fig. 5 – Campanhas comunicadas em 2016 ao abrigo do artigo 8.º, da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto**

Entidade	Título da Campanha	Montante Total
INFARMED - Autoridade Nacional do Medicamento e dos Produtos de Saúde, I.P.	"Peça Genéricos, não torne a saúde mais cara para todos"	€ 56 522,05
Agência Nacional para a Qualificação e Ensino Profissional	"Programa Qualifica"	€ 281 809,20
<b>TOTAL</b>		<b>€ 338.331,25</b>

\*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado / Base de dados interna ERC

Ainda no âmbito das campanhas de publicidade institucional do Estado de valor igual ou superior a 15 Mil Euros, foram detetadas três situações de incumprimento dos deveres previstos nos números 1 e 4 do artigo 8.º e número 2 do artigo 10.º (Agência Nacional para a Qualificação e Ensino Profissional; Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária; Instituto da Segurança Social), pelo que foram comunicadas ao Tribunal de Contas, conforme estipulado no número 3 do citado artigo.

De seguida, apresentam-se os órgãos de comunicação utilizados no período em análise pelas entidades identificadas na figura 3, sendo possível concluir que as entidades promotoras têm privilegiado os órgãos de comunicação social de âmbito local e regional (Cf. Figs. 6, 7, 8 e 9).

**Fig. 6 – Órgãos de comunicação social utilizados em 2016 – Imprensa**

<b>ÓRGÃO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL</b>	<b>TIPO</b>	<b>ÂMBITO GEOGRÁFICO</b>
Activa	Imprensa	Nacional
A Bola	Imprensa	Nacional
A Voz de Trás-os-Montes	Imprensa	Regional
As Beiras	Imprensa	Regional
Alto Alentejo	Imprensa	Regional
Alto Minho	Imprensa	Regional
Archinews	Imprensa	Nacional
Badaladas	Imprensa	Regional
Barlavento	Imprensa	Regional
Correio da Manhã	Imprensa	Nacional
Correio do Minho	Imprensa	Regional
Destak	Imprensa	Nacional
Diário da Região	Imprensa	Regional
Diário de Aveiro	Imprensa	Regional
Diário de Coimbra	Imprensa	Regional
Diário de Leiria	Imprensa	Regional
Diário de Notícias	Imprensa	Nacional
Diário de Viseu	Imprensa	Regional
Diário do Alentejo	Imprensa	Regional
Diário do Minho	Imprensa	Regional
Diário do Sul	Imprensa	Regional
Expresso	Imprensa	Nacional
Farmácia Distribuição	Imprensa	Nacional
Fonte Nova - Semanário da Região de Portalegre	Imprensa	Regional
Gazeta do Interior	Imprensa	Regional
I Informação	Imprensa	Nacional
Jornal Nordeste	Imprensa	Regional
Jornal da Bairrada	Imprensa	Regional
Jornal de Leiria	Imprensa	Regional
Jornal de Notícias	Imprensa	Nacional
Jornal do Algarve	Imprensa	Regional
Jornal do Centro	Imprensa	Regional
Jornal do Fundão	Imprensa	Regional
Maria	Imprensa	Nacional
Mensageiro de Bragança	Imprensa	Regional
Mirante	Imprensa	Regional
Notícias de Lafões	Imprensa	Regional
Nova Gente	Imprensa	Nacional
O Interior	Imprensa	Regional
O Jogo	Imprensa	Nacional
O Mirante	Imprensa	Regional

O Ribatejo	Imprensa	Regional
O Setubalense	Imprensa	Regional
Pais & Filhos	Imprensa	Nacional
Público	Imprensa	Nacional
Reconquista	Imprensa	Regional
Record	Imprensa	Nacional
Região de Leiria	Imprensa	Regional
Sábado	Imprensa	Nacional
Sem Mais	Imprensa	Regional
Vida Imobiliária	Imprensa	Nacional
Visão	Imprensa	Nacional

\*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado / Base de dados interna ERC

**Fig. 7 – Órgãos de comunicação social utilizados em 2016 – Rádio**

ÓRGÃO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	TIPO	ÂMBITO GEOGRÁFICO
Estação Diária	Rádio	Local
Rádio 94 FM	Rádio	Local
Rádio Altitude	Rádio	Local
Rádio Alto Minho	Rádio	Local
Rádio Antena Livre	Rádio	Local
Rádio Antena Minho	Rádio	Local
Rádio Atlântida	Rádio	Local
Rádio Baía	Rádio	Local
Rádio Beira Interior	Rádio	Local
Rádio Brigantia	Rádio	Local
Rádio Castelo Branco	Rádio	Local
Rádio Clube de Angra	Rádio	Local
Rádio Clube de Arganil	Rádio	Local
Rádio Clube de Lamego	Rádio	Local
Rádio Comercial	Rádio	Nacional
Rádio Diana	Rádio	Local
Rádio Emissora das Beiras	Rádio	Local
Rádio Festival	Rádio	Local
Rádio Gilão	Rádio	Local
Rádio Jornal da Madeira	Rádio	Local
Rádio M80	Rádio	Regional
Rádio Marginal	Rádio	Local
Rádio Nova	Rádio	Local
Rádio Pax	Rádio	Local
Rádio Pernes	Rádio	Local
Rádio Portalegre	Rádio	Local
Rádio Radar	Rádio	Local
Rádio RDS	Rádio	Local
Rádio Regional do Centro	Rádio	Local
Rádio Renascença	Rádio	Nacional

Rádio RFM	Rádio	Nacional
Rádio Santiago	Rádio	Local
Rádio Total FM	Rádio	Local
Rádio Voz do Marão	Rádio	Local
RCI - Emissora Regional de Viseu	Rádio	Local
TSF Rádio Notícias	Rádio	Regional

\*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado / Base dados interna ERC

**Fig. 8 – Órgãos de comunicação social utilizados em 2016 – Televisão**

ÓRGÃO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	TIPO	ÂMBITO GEOGRÁFICO
RTP - Rádio e Televisão de Portugal, S.A.	Televisão	Nacional
SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.	Televisão	Nacional
TVI - Televisão Independente, S.A.	Televisão	Nacional

\*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado / Base de dados interna ERC

**Fig. 9 – Órgãos de comunicação social utilizados em 2016 – Digital**

ÓRGÃO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	TIPO	ÂMBITO GEOGRÁFICO
A Voz do Algarve	Digital	Regional
Açoriano Oriental	Digital	Regional
Diário de Aveiro	Digital	Regional
Diário de Coimbra	Digital	Regional
Diário de Viseu	Digital	Regional
Diário do Algarve	Digital	Regional
Diário Imobiliário	Digital	Nacional
I Informação	Digital	Nacional
Sul Informação On Line	Digital	Regional

\*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado / Base de dados interna ERC

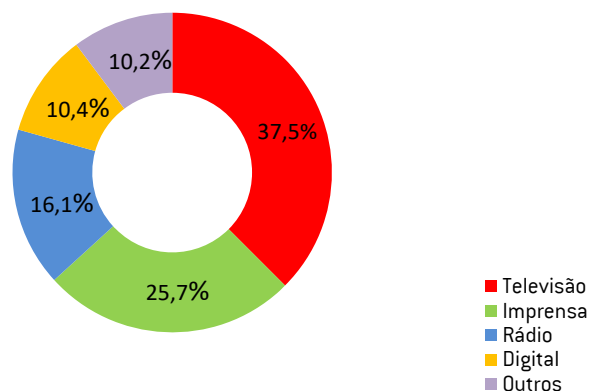
A figura 10 apresenta o total do investimento verificado nos órgãos de comunicação social (Imprensa/Rádio/Digital/Televisão) e em outros suportes que foram utilizados para divulgação de campanhas de publicidade institucional do Estado promovidas no período em referência.

**Fig. 10 – Investimento total em euros relativo a 2016**

TIPO OCS	TOTAL
Televisão	€ 139 688,64
Imprensa	€ 95 811,62
Rádio	€ 60 012,20
Digital	€ 38 804,14
Outros	€ 38 130,40
<b>TOTAL</b>	<b>€ 372 447,00</b>

\*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado / Base de dados interna ERC

**Fig. 11 – Distribuição do investimento total em 2016 por tipo de órgão de comunicação social**



\*Fonte: Plataforma Digital da publicidade institucional do Estado / Base de dados interna ERC

Conforme demonstrado na figura 11, a televisão foi o tipo de órgão de comunicação social mais utilizado pelas entidades promotoras, representando 37,5% do investimento total verificado durante o ano de 2016.

O segundo tipo de órgão de comunicação mais utilizado foi a imprensa, representando pouco mais de um quarto do investimento total; seguindo-se a rádio com um investimento de 16,1% ; o digital apresenta 10,4% e, por último, constata-se que 10,2% do investimento total foi afeto a outro tipo de suporte distinto dos meios de comunicação social , tais como o multibanco e as redes sociais (Cf. Fig. 12).

**Fig. 12 – Outros suportes utilizados em 2016**

OUTROS INVESTIMENTOS	
MULTIBANCO	€ 36 285,00
REDES SOCIAIS	€ 1 845,40
<b>TOTAL</b>	<b>€ 38 130,40</b>

\*Fonte: Base de dados interna ERC

## REGISTOS DOS MEIOS E ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

### 1. Introdução

O registo dos órgãos de comunicação social é de suma importância. Por um lado, porque espelha a situação real das entidades a ele sujeitas, garante a transparência da propriedade desses órgãos, dando a conhecer a titularidade e respetivas participações, permitindo, deste modo, o controlo das concentrações dos meios e órgãos de comunicação social; por outro lado, porque assegura a proteção legal dos títulos das publicações periódicas e a denominação das entidades emissoras de rádio e de televisão.

Consciente que o registo só tem valor na medida e enquanto refletir com veracidade e exatidão, perante terceiros, os factos, os direitos e as limitações que impendem sobre a inscrição de um determinado órgão de comunicação social, a ERC, ao longo da sua existência, tem enveredado por uma política de sensibilização, informando os seus regulados sobre a obrigatoriedade do registo, bem como das alterações que os elementos registados forem sofrendo, nomeadamente alteração de proprietário, da sede de redação ou das instalações dos serviços de programas, dos respetivos diretores, dos órgãos sociais, das participações sociais, consoante o órgão de comunicação em causa.

A fim de garantir o cumprimento das obrigações registais por parte das entidades a elas sujeitas, e consequentemente assegurar o direito à informação, bem como à proteção dos títulos registados, o legislador, através do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, criou mecanismos que permitem a atualização registral de modo a eliminar os falsos registos, como é, por exemplo, o caso do cancelamento oficioso para as publicações que não respeitem a periodicidade, ou para as empresas jornalísticas que deixem de titular registos de publicações periódicas ou, ainda, para os operadores de rádio ou televisão com a cessação da validade da licença.

Assim, no uso das competências que lhe estão atribuídas, por força do n.º 1, do art.º 1.º do Decreto Regulamentar, n.º 8/99, de 9 de junho, republicado pelo Decreto Regulamentar n.º 2/2009, de 27 de janeiro, a ERC, no decurso de 2016 manteve como uma das grandes prioridades a consolidação do edifício registral dos órgãos de comunicação social.

Feita esta brevíssima nota introdutória, passemos à identificação dos diversos órgãos de comunicação social sujeitos a registo.

### 2. Órgãos de comunicação social sujeitos a registo

No âmbito das diversas competências que estão cometidas à ERC pela Constituição da República Portuguesa (CRP), pelos seus Estatutos e pelo Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, republicado pelo Decreto Regulamentar, n.º 2/2009, de 27 de janeiro, compete-lhe promover o registo dos órgãos de comunicação social sujeitos a registo, a saber:

- As publicações periódicas;
- As empresas jornalísticas;
- As empresas noticiosas;
- Os operadores de radiodifusão e respetivos serviços de programas;
- Os operadores de televisão e respetivos serviços de programas;
- Os operadores de distribuição;
- Os serviços de programas televisivos difundidos exclusivamente por internet;
- Os serviços de programas de rádio difundidos exclusivamente através da internet.



Cumpra definir cada um dos conceitos em presença:

- **Publicações periódicas**

O conceito de publicação periódica resulta da conjugação dos art.º 9.º a 12.º da Lei de Imprensa (aprovada pela Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro). Integram o conceito de imprensa todas as reproduções impressas de textos ou imagens, disponíveis ao público, quaisquer que sejam os processos de impressão e reprodução e o modo de distribuição utilizado.

São publicações periódicas, as editadas em série contínua, sem limite definido de duração, sob o mesmo título e abrangendo períodos determinados de tempo.

São portuguesas, as publicações editadas em qualquer parte do território português, independentemente da língua em que forem redigidas, sob a marca e responsabilidade de editor português ou com nacionalidade de qualquer estado da União Europeia, desde que tenha sede ou qualquer forma de representação permanente em território nacional. Em conclusão, todas as reproduções impressas de textos ou imagens, editadas em série contínua e em Portugal sob a marca de editor português, não podem iniciar a sua publicação sem que previamente tenham efetuado o registo na ERC;

- **Empresas jornalísticas**

São empresas jornalísticas, as sociedades proprietárias de publicações periódicas e que a sua atividade principal seja a edição de publicações periódicas (art.º 7.º, da Lei de Imprensa);

- **Empresas noticiosas**

São empresas noticiosas, as que têm por objeto principal a recolha e distribuição de notícias, comentários ou imagens (art.º 8.º da Lei de Imprensa);

- **Operadores de rádio e serviços de programas radiofónicos**

As entidades responsáveis pela organização e fornecimento, com caráter de continuidade, de serviços de programas radiofónicos legalmente habilitadas para o exercício da atividade de rádio (alínea e), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro).

Conjunto dos elementos de programação, sequencial e unitário, fornecido por um operador de rádio (alínea i), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro);

- **Operadores de televisão e serviços de programas televisivos**

Pessoas coletivas legalmente habilitadas para o exercício da atividade de televisão, responsáveis pela organização de serviços de programas televisivos (alínea n), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

Conjunto sequencial e unitário dos elementos de programação, fornecido por um operador de televisão, organizado com base numa grelha de programação (alínea t), do n.º 1, do art.º 2º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho);

- **Operadores de Distribuição**

As pessoas coletivas responsáveis pela seleção e agregação de serviços de programas televisivos e pela sua disponibilização ao público, através de redes de comunicações eletrónicas (alínea l), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho);

- **Serviço de programas televisivos distribuídos exclusivamente por internet**  
Difusão de serviços de programas televisivos exclusivamente através da internet e que não sejam objeto de retransmissão através de outras redes (n.º 8, do art.º 13.º, da Lei 27/2007, de 30 de julho);
- **Serviços de programas de rádio distribuídos exclusivamente por internet**  
Difusão de serviços de programas de rádio exclusivamente através da internet. (n.º 3, do art.º 17.º, da Lei 54/2010, de 24 de dezembro).

### **3. Atos registrais praticados em 2016 – inscrições, averbamentos e cancelamentos**

Os atos registrais, em regra, dependem da iniciativa do interessado, à exceção dos que por lei são lavrados oficiosamente, como é o caso dos relativos aos operadores de rádio, televisão e aos respetivos serviços de programas, que tenham sido objeto de procedimentos prévios de licenciamento ou de autorização, bem como os operadores de distribuição que tenham sido licenciados ao abrigo da Lei da Televisão (*vide* art.º 5.º, n.º 2, do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

#### **3.1. Inscrições**

- **Publicações periódicas**

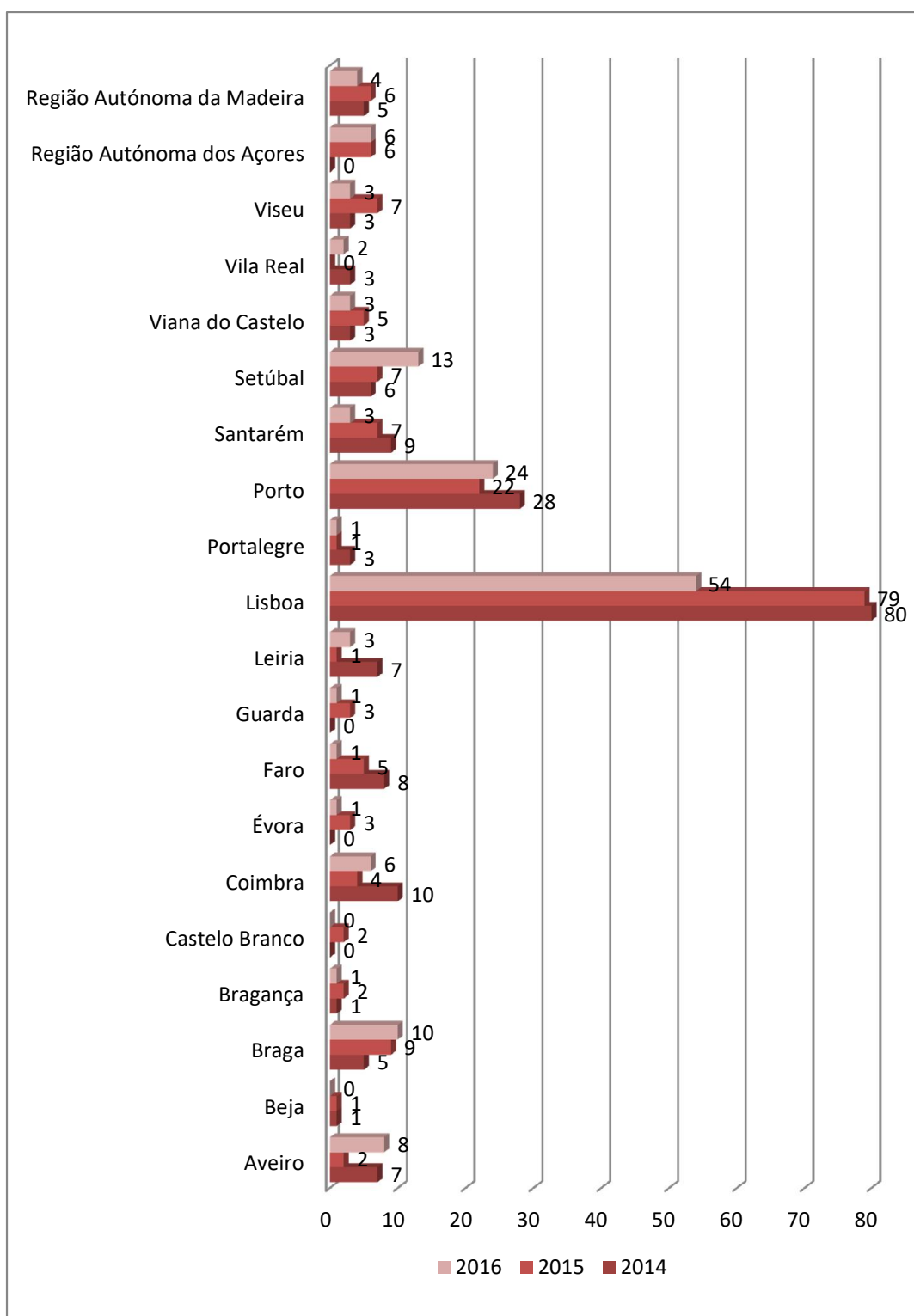
As publicações periódicas não podem iniciar a sua edição sem que previamente tenham sido registadas (*vide* art.º 13.º, do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

As publicações periódicas são inscritas provisoriamente por natureza, convertendo-se em definitivas mediante a apresentação do primeiro exemplar publicado, junto da ERC, no prazo máximo de 90 dias contados da data da notificação do despacho de deferimento do pedido inicial (n.º 2, do art.º 15.º, Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

Nesta conformidade, durante 2016, foram registadas provisoriamente 144 novas publicações, das quais 89 converteram-se em definitivas, 13 caducaram (por não se terem convertido em definitivas dentro do prazo estabelecido para o efeito), e transitaram para o ano de 2017, 41 registos provisórios (por ainda se encontrarem dentro do prazo para requererem a conversão).

É de realçar que, os distritos com mais inscrições durante o ano de 2016, foram Lisboa e Porto, respetivamente com 54 e 24 publicações registadas, tendo os restantes distritos ficado muito aquém destes números.

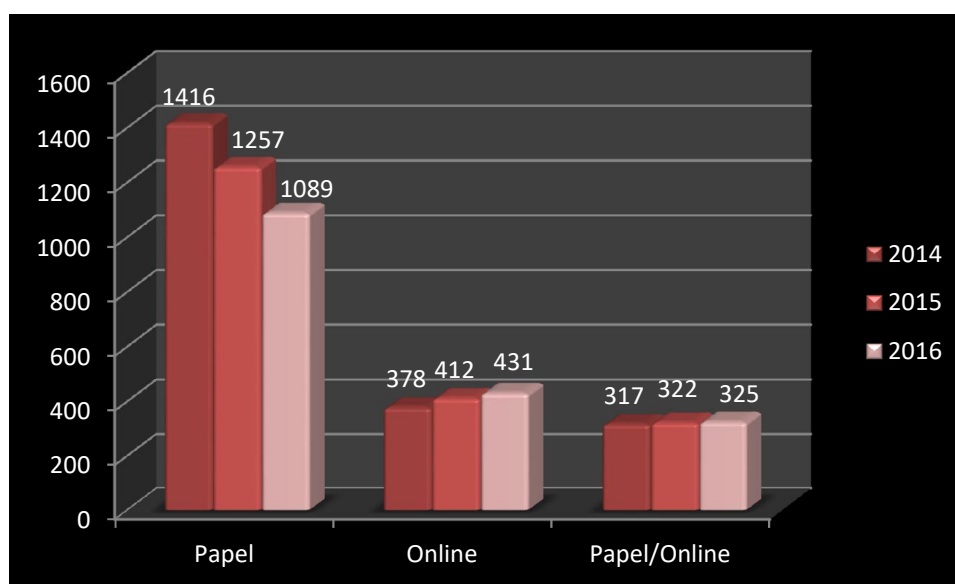
**Fig. 1 – Publicações periódicas inscritas por distrito no período de 2014 – 2016**



Como resulta da leitura do gráfico da figura 1, os distritos com mais inscrições, em 2016, foram Lisboa e Porto. Estes valores, quando comparados com 2014, revelam uma redução das inscrições na ordem dos 32,5%.

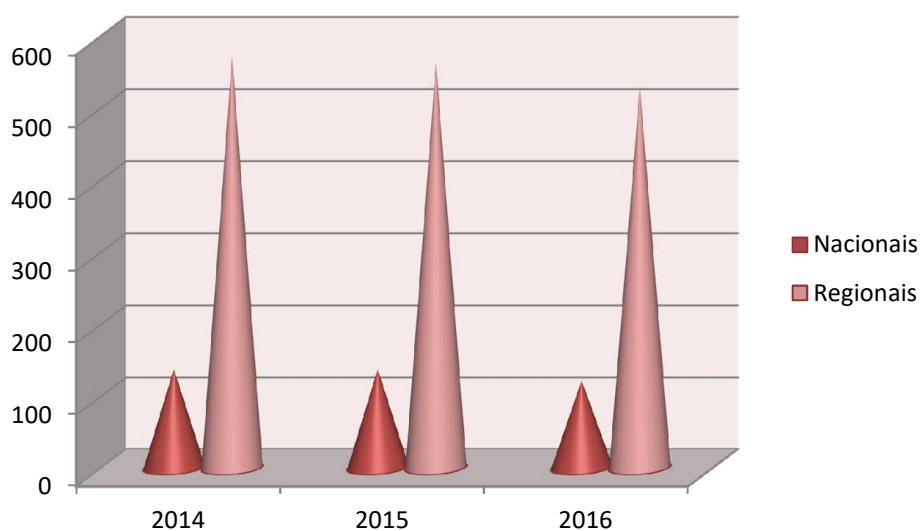
Verifica-se ainda que o Distrito de Beja e o Distrito de Castelo Branco foram os únicos que não tiveram qualquer publicação registada no ano de 2016.

**Fig. 2 – Representação dos Publicações Ativas por suporte no período 2014 a 2016**



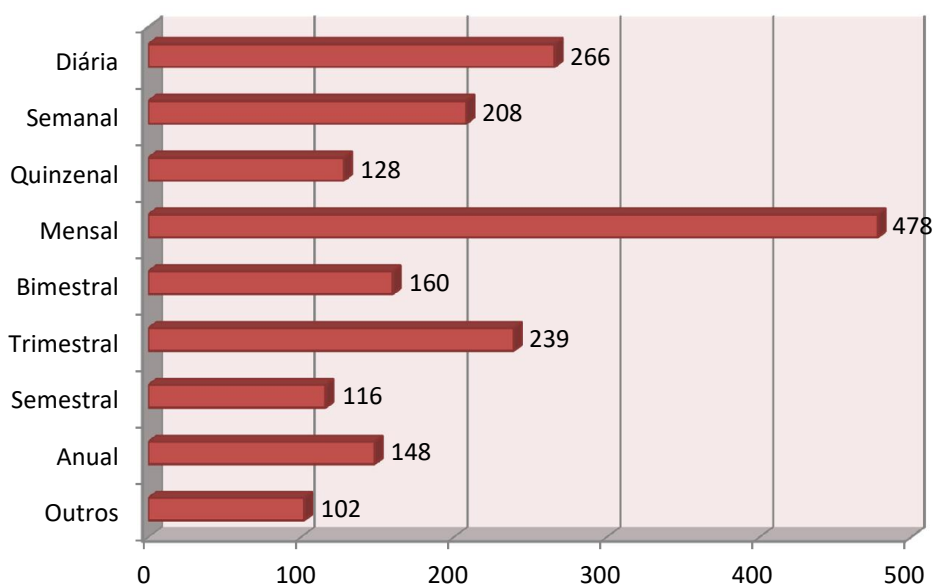
Como resulta da análise do gráfico há uma diminuição acentuada de registo de publicações periódicas em suporte de papel. Relativamente às publicações em suporte digital existe um movimento ascendente ainda que lento e finalmente quanto às publicações que utilizam os dois suportes não tem sofrido oscilações.

**Fig. 3 – Representatividade dos jornais ativos no período 2014 a 2016**



A figura 3, é ilustrativa de que tanto as inscrições dos jornais nacionais como dos jornais regionais, ao longo do período em análise, não tem sofrido oscilações.

**Fig. 4 – Representação dos Publicações Ativas por periodicidade em 2016**

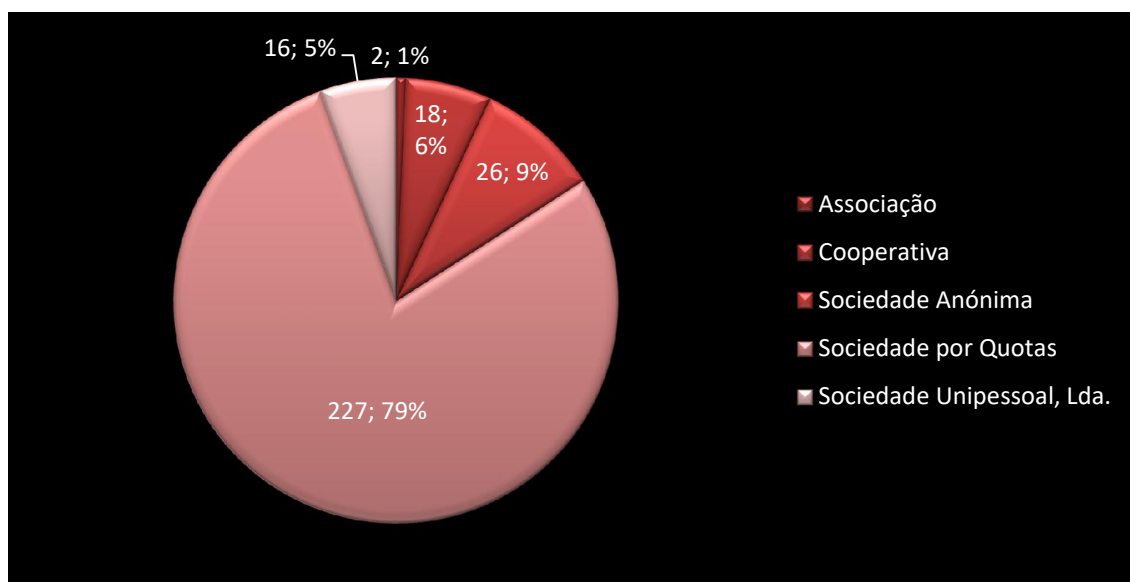


Na figura 4 é de salientar que o maior número de publicações periódicas registradas têm a periodicidade mensal, seguindo-se a diária e a trimestral.

#### • Empresas jornalísticas

A ERC, no âmbito das suas competências, inscreveu 18 empresas, no ano de 2016.

**Fig.5 – Natureza jurídica das empresas jornalísticas ativas em 2016.**



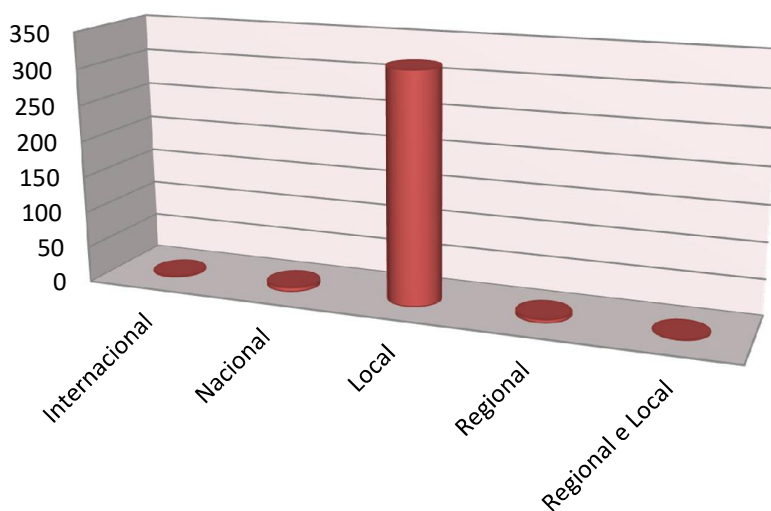
Da leitura da figura 5, infere-se que, em 2016, existiam 289 empresas jornalísticas ativas, as que têm como natureza jurídica - sociedades por quotas, são as que tiveram maior expressão, tal como tem vindo a acontecer em anos anteriores.

• **Operadores de radiodifusão e respetivos serviços de programas**

No exercício das suas competências, a ERC, durante 2016, inscreveu 2 operadores de radiodifusão e 0 serviços de programas.

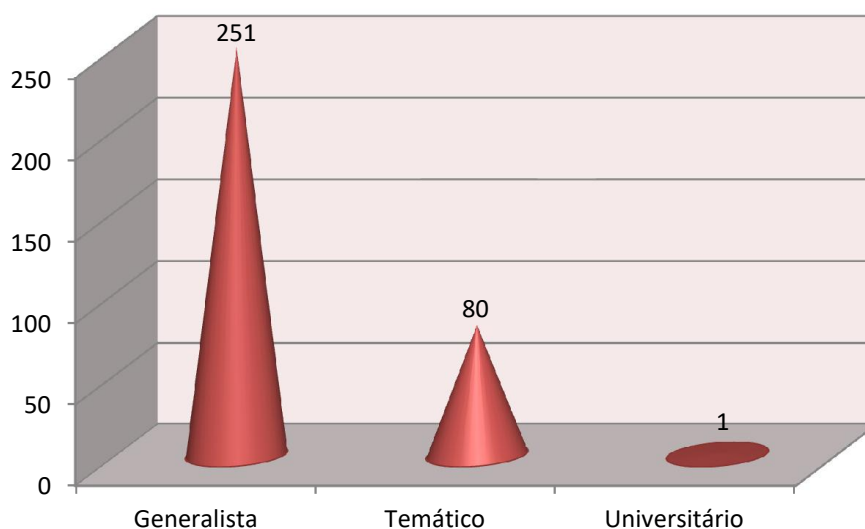
A 31 de dezembro de 2016, encontravam-se registados 301 operadores de radiodifusão. Relativamente aos respetivos serviços de programas, encontravam-se registados, em 2016, 332 serviços de programas, sendo 6 de âmbito nacional, 5 de âmbito regional, 318 de âmbito local, 2 de âmbito internacionais e 1 de âmbito regional e local.

**Fig. 6 – Serviços de programas de radiofónicos ativos em 2016 por área de cobertura**



	Internacional	Nacional	Local	Regional	Regional e Local
■ Série1	2	6	318	5	1

**Fig. 7 – Serviços de programas radiofónicos ativos em 2016 por tipologia de programação**



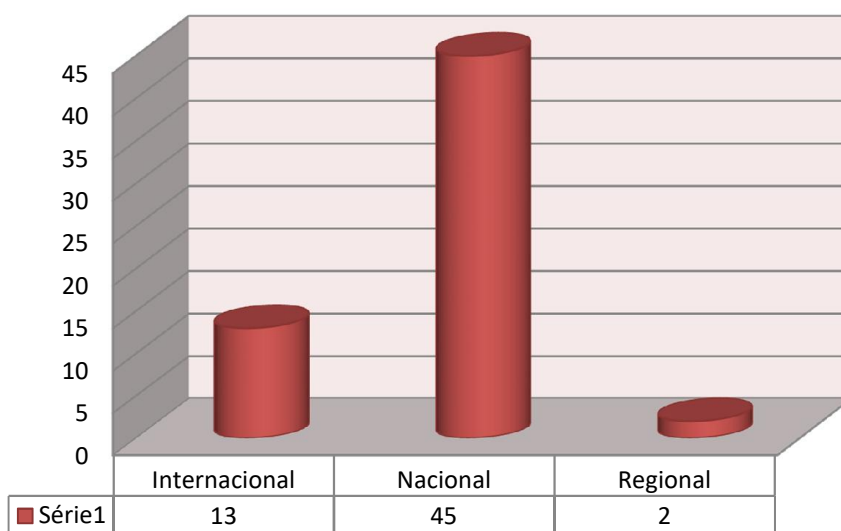
Na figura 7 assinala-se que cerca de 75% dos serviços de programas radiofónicos registados são da tipologia de programação generalista.

• **Operadores de televisão e respetivos serviços de programas**

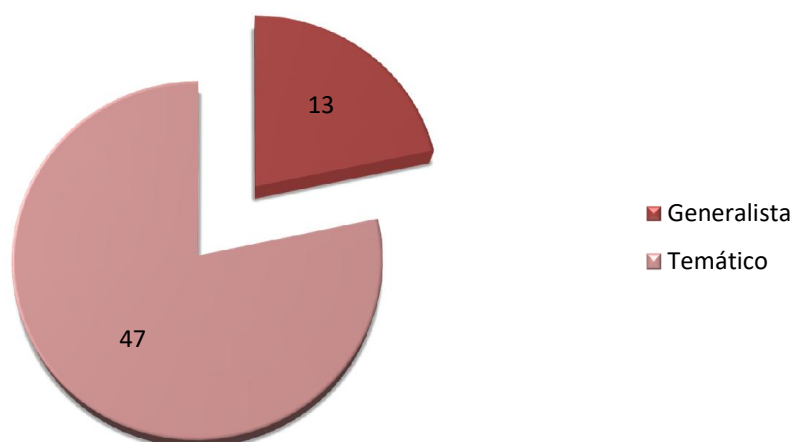
Durante o ano de 2016, foi inscrito 1 operador de televisão e 2 serviços de programas.

A 31 de dezembro de 2016, encontravam-se registados 23 operadores de televisão. Quanto aos serviços de programas, encontravam-se registados, 60, dos quais 45 de âmbito nacional, 13 de âmbito internacional e 2 de âmbito regional .

**Fig. 8 – Serviços de programas televisivos ativos em 2016 por área de cobertura**

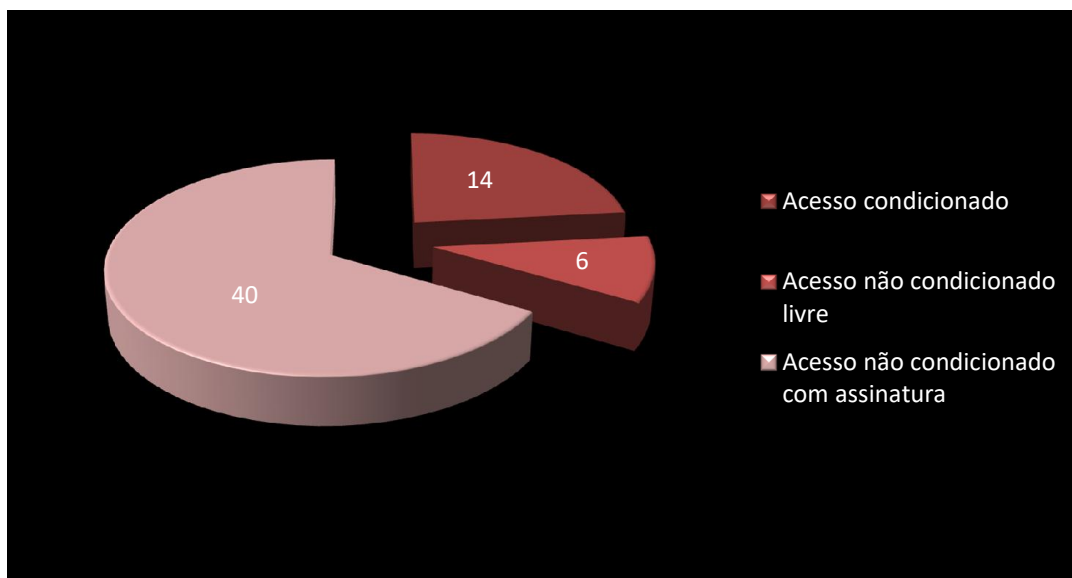


**Fig. 9 – Serviços de programas televisivos ativos em 2016 por tipologia de programação**



Na fig.9 realça-se que 78% dos serviços de programas registados são da tipologia de programação temático.

Fig. 10 – Serviços de Programas Televisivos ativos em 2016 por modalidade de acesso

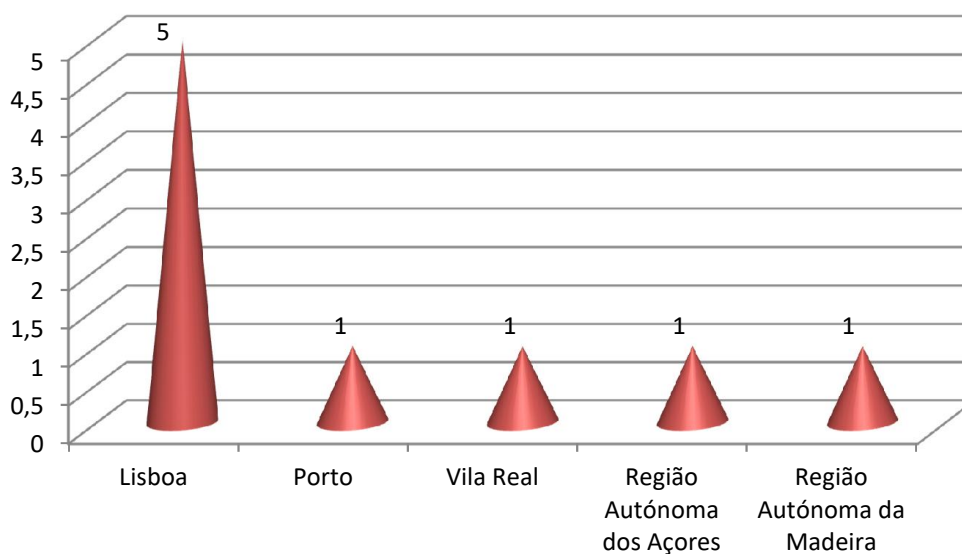


Na fig. 10 salienta-se que 67% dos serviços de programas registados são de acesso não condicionado com assinatura.

• **Operadores de distribuição**

Em 2016 encontravam-se ativos 9 operadores de distribuição.

Fig. 11 – Operadores de Distribuição ativos em 2016 por distrito

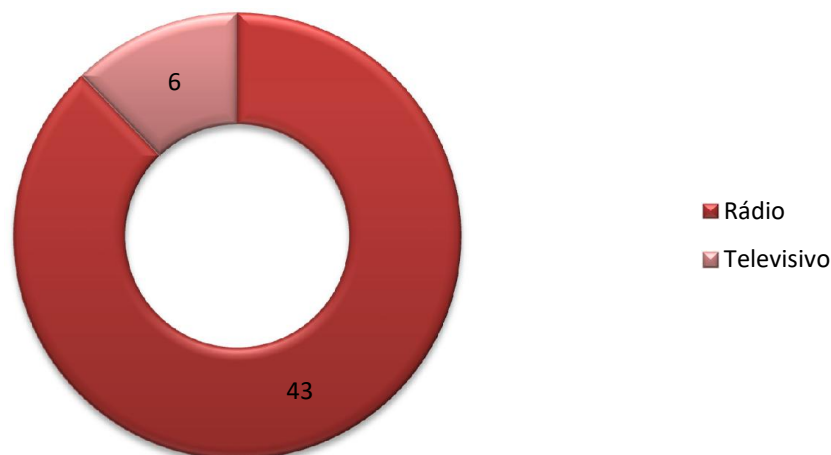




• **Serviços de programas difundidos exclusivamente por internet**

Em 2016, encontravam-se ativos 49 registos de serviços de programas difundidos exclusivamente por internet.

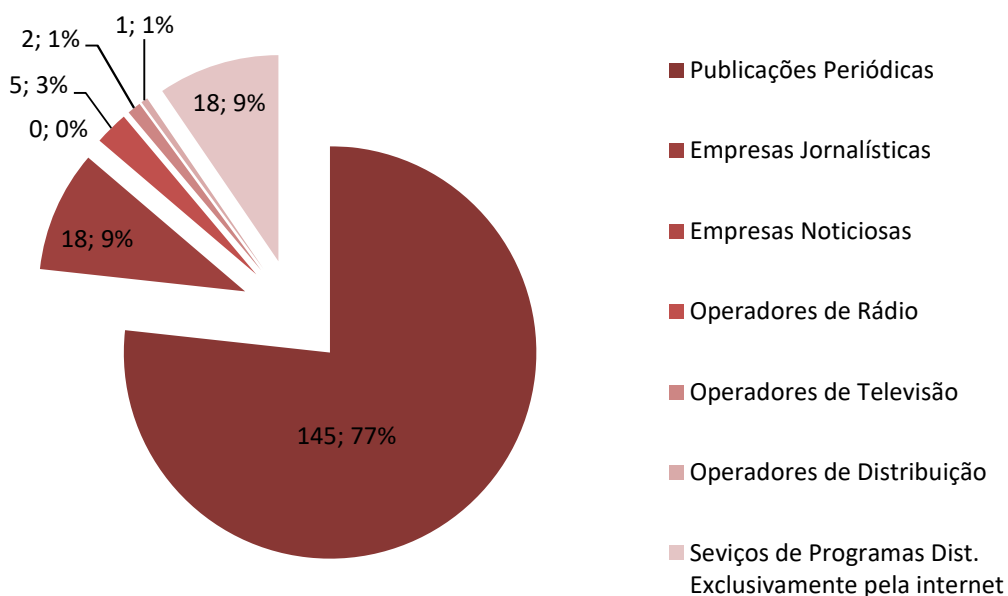
**Fig. 12 – Serviços de Programas distribuídos exclusivamente pela internet em 2016**



Na fig. 12 apura-se que 88% dos serviços de programas distribuídos exclusivamente pela internet registados são de rádio.

Face ao que ficou dito atrás, a ERC, no uso das suas competências, procedeu, ao longo de 2016, a 189 inscrições no universo dos órgãos sujeitos a registo, as quais se encontram repartidas de acordo com o representado na figura 13.

**Fig. 13 – Registo de inscrições dos órgãos de comunicação social em 2016**



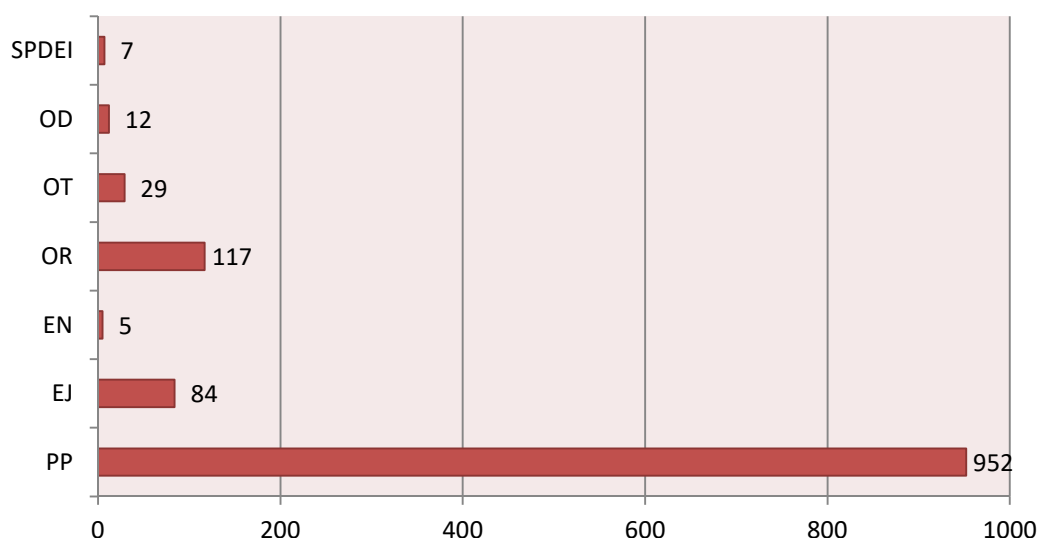
### 3.2 Averbamentos

O averbamento é um ato registal complementar que visa consignar uma alteração à inscrição preexistente.

Assim sendo, para que o registo da ERC cumpra a função de espelhar fidedignamente a realidade do setor, o legislador no art.º 8.º, do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, prevê que as alterações supervenientes aos elementos constantes do registo sejam efetuadas no prazo máximo de 30 dias após a sua verificação.

Durante 2016, a ERC, no uso das suas competências, efetuou 1206 averbamentos aos elementos constantes dos registos.

Fig. 14 – Averbamentos no registo dos órgãos de comunicação social em 2016



Na fig. 14 conclui-se que onde se verificou um maior número de averbamentos foi nas publicações periódicas, seguidas das empresas jornalísticas.

### 3.3. Cancelamentos

O registo pode ser cancelado oficiosamente ou por iniciativa do interessado, com base em documento que comprove a extinção dos direitos inscritos.

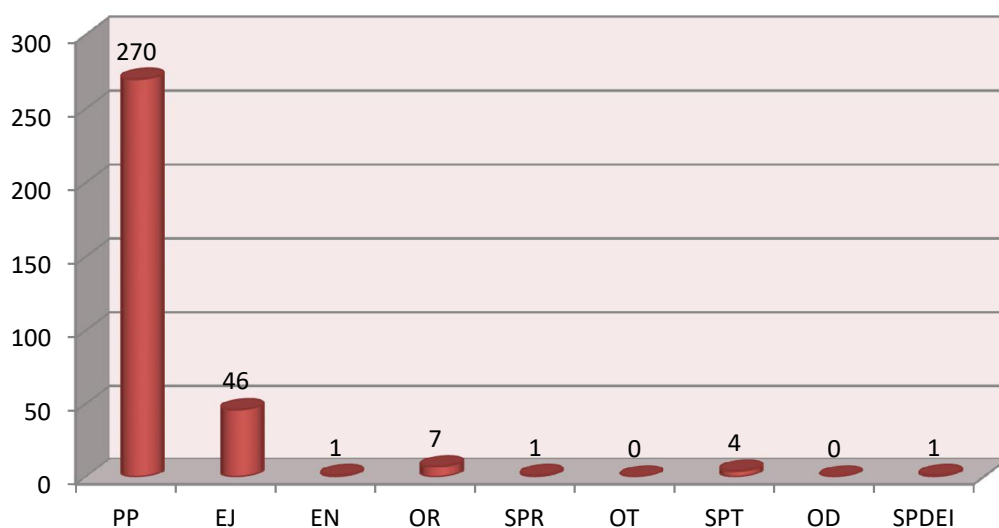
O cancelamento oficioso é uma importante ferramenta para que a ERC consiga, de uma forma objetiva, manter o registo dos órgãos de comunicação social atualizados, visto que os proprietários destes órgãos, na maior parte das vezes, não comunicam à ERC o fim da edição das suas publicações ou da cessação da atividade da sua empresa (art.º 23.º e 32.º, ambos do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

Assim, A ERC pode socorrer-se deste instrumento (cancelamento) sempre que se verifique uma das seguintes situações:

1. Nas publicações periódicas:
  - Cessação da publicação periódica;
  - Inobservância da periodicidade;
  - Exceder os períodos legais de suspensão da edição.

2. Nas empresas jornalísticas:
  - Cessação da atividade da empresa;
  - Deixar de ser proprietária de publicações periódicas.
3. Empresas noticiosas:
  - Cessação da atividade da empresa.
4. Atividades sujeitas a licenciamento ou autorização:
  - Cessação da validade da licença ou autorização.

**Fig. 15 – Cancelamentos dos órgãos de comunicação social em 2016**

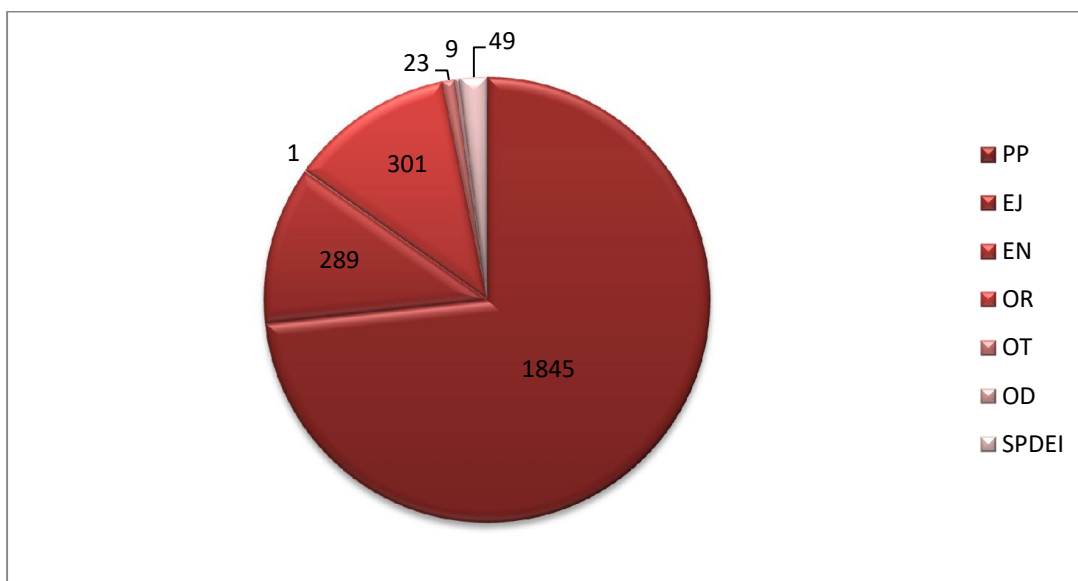


Na fig. 15, apura-se que foi nas publicações periódicas que se verificou o maior número de cancelamentos: 270, dos quais 133 foram efetuados a pedido dos proprietários e 137 foram efetuados oficiosamente pela ERC, seguidas das empresas jornalísticas com 46 cancelamentos.

#### **4. Caracterização do universo dos registos dos órgãos e meios de comunicação social**

No universo dos registos dos órgãos de comunicação social em 2016, encontram-se ativos 2517 registos, distribuídos pelas diversas categorias dos órgãos de comunicação social conforme figura 16.

Fig. 16– Registos ativos em 2016



#### 4.1. Publicações periódicas (PP)

Em 2016, encontram-se ativas 1845.

Do universo das publicações ativas em 2016, 652 são jornais, sendo 140 diários, 154 semanais, 106 quinzenais, 179 mensais e 73 com outras periodicidades.

#### 4.2. Empresas jornalísticas (EJ)

Em 2016, encontram-se ativas um total de 289 empresas jornalísticas, com maior expressão as sociedades por quotas com 227 e as 26 sociedades anónimas.

#### 4.3. Empresas noticiosas (EN)

No mesmo ano, encontrava-se inscrita 1 empresa noticiosa.

#### 4.4 Operadores radiofónicos (OR)

No que concerne aos operadores radiofónicos, encontram-se inscritos 332 serviços de programas, distribuídos por 301 operadores.

#### 4.5 Operadores de televisão (OT)

Em 2016, encontram-se inscritos 23 operadores e 60 serviços de programas.

#### 4.6 Operadores de distribuição (OD)

Em 2016, estavam inscritos 9 operadores de distribuição.

#### 4.7. Serviços de programas difundidos exclusivamente pela internet (SPDEI)

Em 2016, encontram-se inscritos 49 serviços de programas distribuídos exclusivamente pela internet (dos quais 43 são radiofónicos e 6 televisivos).

Os elementos obrigatórios de registo relativamente a cada um dos meios e órgãos de comunicação social estão elencados no anexo único.

## Anexo único

Elementos dos registos:

- **Publicações periódicas** – título, periodicidade, sede de redação, nome do diretor, denominação da entidade proprietária e sua natureza jurídica, domicílio ou sede do requerente, nome, nacionalidade e sede do editor, assim como, se for o caso, indicação da sua representação permanente em Portugal (n.º 1, do art.º 17.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).
- **Empresas jornalísticas** – denominação da empresa e sua natureza jurídica, sede, capital social, relação discriminada dos seus titulares e identificação dos titulares dos órgãos sociais (n.º 2, do art.º 17.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).
- **Empresas noticiosas** – nome ou denominação da entidade proprietária e sua natureza jurídica, sigla utilizada, domicílio ou sede da entidade proprietária, capital social, relação discriminada dos seus titulares, identificação dos titulares dos órgãos sociais e nome do diretor de informação (art.º 24.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).
- **Operadores de rádio** – identificação e sede do operador, denominação ou designação dos serviços de programas, capital social e relação discriminada dos seus titulares, identificação dos titulares dos órgãos sociais, dos responsáveis pelas áreas de programação e informação, localização das instalações emissoras, nome de canal de programa, classificação dos serviços de programas quanto ao âmbito de cobertura e quanto ao conteúdo da sua programação, data da emissão e prazo da licença ou da autorização, bem como a data das respetivas renovações, identificação do estabelecimento a partir do qual é difundida a emissão (art.º 28.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).  
Refira-se que os averbamentos das alterações que impliquem um processo de autorização prévio, são oficiosamente efectuados pela ERC (segunda parte do art.º 8.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).
- **Operadores de televisão** – identificação e sede do operador, denominação ou designação dos serviços de programas, capital social e relação discriminada dos seus titulares, identificação dos titulares dos órgãos sociais, dos responsáveis pelas áreas de programação e informação, classificação dos serviços de programas quanto ao âmbito de cobertura e quanto ao conteúdo da sua programação, data da emissão e prazo da licença ou da autorização, bem como a data das respetivas renovações (art.º 33.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).  
Relativamente aos averbamentos de alterações, é igualmente válido o que acima se mencionou, sobre este assunto, para os operadores de rádio.
- **Operadores de distribuição** – identificação e sede do operador, capital social e relação discriminada dos seus titulares, identificação dos titulares dos órgãos sociais, serviços de programas que compõem a sua oferta e respetiva ordenação, data de emissão e prazo da licença, bem como das suas renovações, quando aplicáveis (art.º 36.º A do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).
- **Serviço de programas distribuídos exclusivamente por internet** – designação do serviço de programas, identificação do operador e do seu domicílio ou sede, capital social e relação discriminada dos seus titulares, identificação dos titulares dos órgãos sociais (n.º 3, do art.º 5.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, conjugado com o n.º 8, do art.º 13.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

## SONDAGENS E ESTUDOS DE OPINIÃO

### INTRODUÇÃO

O objetivo da presente secção deste relatório consiste na caracterização do panorama da produção, publicação e depósito de sondagens submetidas ao regulador em 2016, procurando identificar tendências evolutivas do setor. Atendendo a que o início do ano em análise ficou marcado pela realização de eleições presidenciais (Marcelo Rebelo de Sousa foi eleito a 24 de janeiro e que tomou posse em 9 de março), será dada especial atenção, a par do ano antecedente (2015), a 2011, ano em que também se realizou um escrutínio para a Presidência da República. Não obstante, para efeitos de análise, poderão ser consultadas séries temporais mais longas sempre que tal se justificar.

Os elementos estatísticos que constituem a base da análise aqui desenvolvida resultam do tratamento de informação disponível nas bases de dados do Portal das Sondagens<sup>1</sup> (em vigor desde 2011), as quais acompanham o modelo de análise de anos anteriores (base de dados ERC-Sondagens-Departamento de Análise de Media), indicando-se, sempre que tal se justificar, as alterações metodológicas e de nomenclatura resultantes da adaptação das informações pré-existentes ao Portal das Sondagens.

A divulgação de sondagens foi acompanhada pelo recurso à informação sistemática fornecida pela *MediaMonitor*, com base no serviço de *clipping* contratado pela ERC, complementada com a pesquisa direta *online*, a partir de parâmetros inscritos nas fichas técnicas de depósito (clientes, entidade responsável, datas de campo, universo alvo, etc.). Por sua vez, o acompanhamento e registo das sondagens foi realizado através do Portal das Sondagens, continuando a ERC a disponibilizar os depósitos para consulta pública no seu portal eletrónico, de acordo com as regras fixadas pela Deliberação 1/SOND/2009. Realce-se que a possibilidade de consulta pública dos depósitos decorreu de uma iniciativa do Regulador, no sentido de reforçar a transparência e a confiança nas sondagens.

A presente secção estrutura-se em torno de cinco pontos centrais. O primeiro caracteriza de forma genérica o panorama das sondagens em 2016. O segundo ponto apresenta as características metodológicas das sondagens depositadas. O terceiro observa os dados relativos à divulgação de sondagens. O quarto ponto incide sobre os estudos eleitorais depositados durante o ano de 2016. Finalmente, o quinto apresenta dados acerca dos procedimentos e dos atos deliberatórios que daí resultaram.

## 1. Caracterização geral das sondagens

### 1.1 Entidades credenciadas

À data de 31 de dezembro de 2016, o universo das empresas credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião era composto por 14 entidades, mantendo-se o mesmo número de licenças ativas no final de 2015. Em termos evolutivos, e no domínio das alterações das credenciais transitadas de anos anteriores, é de destacar a renovação de licenças para nove entidades (Aximage, Domp, Eurosondagem,

---

<sup>1</sup> <http://www.erc.pt/pt/sondagens>

Intercampus, Ipom, Marktest, GFK/Metris, Pitagórica e UCP/CESOP] e a caducidade das credenciações da Apeme e da G.Triplo.

Em matéria de novas credenciações, ou seja de novas aberturas de registo, verificou-se a credenciação da G.Triplo e da Universidade de Aveiro/CIMAD, neste último caso como primeira credenciação já que a mesma nunca havia possuído licença para a realização de sondagens.

**Fig. 1 – Situação das entidades credenciadas pela ERC a 31 de Dezembro de 2016**

Entidades credenciadas em 31 de dezembro de 2016	Alterações ao registo em 2016
Apeme – Área de Planeamento e Estudos de Mercado, Lda.	Caducidade
Aximage – Comunicação e Imagem, Lda.	Renovação
Consulmark2 – Estudos de Mercado e Trabalho de Campo, Lda.	--
Domp – Desenvolvimento Organizacional Marketing, S.A.	Renovação
Eurosondagem – Estudos de Opinião, S.A.	Renovação
G.Triplo, Estudos e Sondagens de Opinião, Lda.	Caducidade e Nova credenciação
Intercampus – Recolha, Tratamento e Distribuição de Informação, S.A.	Renovação
Ipom – Instituto de Pesquisa de Opinião e Mercado, Lda.	Renovação
Marktest – Marketing, Organização, Formação, Lda.	Renovação
GFK/Metris – Métodos de Recolha e Investigação Social, Lda.	Renovação
Norma-Açores - Sociedade de Estudos e Apoio ao Desenvolvimento Regional, S.A.	--
Pitagórica – Investigação e Estudos de Mercado, S.A.	Renovação
Spirituc – Investigação Aplicada, Lda., para a realização de sondagens de opinião	--
UCP/CESOP – Centro de estudos e sondagens de opinião da Universidade Católica Portuguesa	Renovação
Universidade de Aveiro/CIMAD	Nova credenciação

A realização de sondagens reage à sazonalidade eleitoral. À proximidade das eleições corresponde um aumento dos estudos depositados, variando o perfil dos seus responsáveis de acordo com a natureza das mesmas (autárquicas, legislativas, presidenciais, etc.) e a concentração dos depósitos no tempo mediante o tipo (regular ou antecipado) dos atos eleitorais.

Evidentemente que o contexto social e político específico de cada eleição também afetará o movimento dos depósitos, mas essa será uma análise casuística e de âmbito politológico que não se enquadra no objeto deste relatório.

Quando as eleições são repentinas e inesperadas, tende a haver picos de estudos pré-eleitorais, como se verificou em 2007 com as eleições intercalares para a Câmara Municipal de Lisboa (15 depósitos no espaço de dois meses) ou em 2011 com as eleições legislativas antecipadas (19 depósitos nos 12 dias de campanha eleitoral).

Por sua vez, nas eleições regulares também é possível e normal a ocorrência de picos de depósitos com a aproximação da data das eleições, decorrentes do próprio contexto sociopolítico, das dinâmicas da corrida eleitoral e de estratégias de cobertura que forem seguidas pelos *media* (particularmente se houver aposta na publicação de *tracking polls*, como foi o caso das eleições Presidenciais 2006 e Legislativas 2011 e 2015). Todavia, nas eleições regulares o movimento de depósitos começa a manifestar-se com maior antecedência; cerca de um a dois anos no caso das eleições autárquicas e

presidenciais, menos de um ano nas eleições regionais, seis meses nas eleições europeias e quase imediatamente no caso das eleições legislativas, já que os barómetros mensais regularmente encomendados pelos *media* contemplam, normalmente, a questão do voto legislativo.

Quanto à natureza dos atos eleitorais, o histórico de depósitos permite diferenciar dois perfis-tipo de empresas por âmbito dos estudos e natureza dos clientes com que operam: i) um grupo alargado de empresas que trabalham predominantemente com clientes regionais/locais e com maior presença de depósitos em anos autárquicos; e ii) um grupo restrito de empresas que tanto trabalham em estudos regionais/locais mais ou menos pontuais, como produzem e depositam regularmente sondagens para divulgação pelos principais órgãos de comunicação social nacionais, sejam estas barómetros políticos regulares ou estudos pontuais e orientados para uma temática específica (por exemplo, eleições europeias, desempenho em debates televisivos entre candidatos à liderança de partidos, medidas de austeridade, Orçamento de Estado, etc.). Este segundo grupo coincide normalmente com as empresas com mais depósitos anuais registados na ERC (Eurosondagem, Aximage, Intercampus, UCP-CESOP, Pitagórica e Marktest) (v. Anexo Fig. A1).

Caracterizando-se o ano de 2016 pela realização de dois escrutínios regulares (eleição para o Presidente da República, em 24 de janeiro, e eleição para a Assembleia Legislativa da Região Autónoma dos Açores, em 16 de outubro) e um extraordinário (eleição intercalar para a Câmara Municipal de São João da Madeira, marcada para o mesmo dia da eleição presidencial), seria expectável observar um pico no registo de sondagens logo no começo do ano, particularmente impulsionado por empresas que trabalham para os principais órgãos de comunicação social nacionais.

Como os dados dos depósitos demonstram, verificaram-se até ao dia 24 de janeiro, dia das eleições presidenciais e intercalares para o Município de São João da Madeira, 15 depósitos de sondagens, o que representa cerca de um terço do total de estudos registados em 2016 (N=47). A maioria das sondagens registadas neste período (11) são relativas às eleições presidenciais e foram realizadas para órgãos de comunicação social de âmbito nacional, as restantes (quatro) são relativas à eleição intercalar autárquica de São João da Madeira e foram realizadas para órgãos de comunicação social regionais.

Entre fevereiro e setembro o movimento de depósitos foi mais lento (média mensal de 2,25 depósitos), caracterizando-se essencialmente pelo registo dos barómetros políticos mensais da responsabilidade da Eurosondagem e Aximage.

No último trimestre do ano houve nova aceleração nos estudos registados (média de 4,7 depósitos por mês), motivada sobretudo por estudos relacionados com as eleições autárquicas gerais marcadas para outubro de 2017 (v. Anexo Fig. A2).

A diminuição no volume de depósitos registada em 2016 refletiu-se em uma maior concentração do mercado dos estudos depositados. Se em 2015 as duas empresas com mais depósitos foram responsáveis por quase metade das sondagens realizadas para divulgação pública (48,8 %), em 2016 passaram a representar cerca de dois terços dos estudos depositados (65,9 %).

Pelo sétimo ano consecutivo a Eurosondagem assume posição de destaque, fixando-se como a empresa com maior quota no mercado dos estudos depositados (19 sondagens, o que equivale a 40,4 % dos depósitos de 2016). Segue-se Aximage, com 25,5 % dos



estudos depositados, alcançando pela sexta vez, de forma interpolada e num período de onze anos, o segundo lugar. A terceira maior quota de 2016 pertenceu ao IPOM (12,8%), seguindo-se em quarto lugar, com responsabilidade em 8,5% dos estudos depositados, a UCP/CESOP. Além de mais concentrado, o mercado dos estudos depositados também se revelou menos plural em 2016, verificando-se apenas nove empresas a depositar sondagens, quando no ano anterior foram onze (v. Anexo Fig. A1). Para 2017 e em virtude das eleições autárquicas gerais perspectiva-se maior dinamismo no mercado, esperando-se um aumento no número de empresas a depositar sondagens e alguma desconcentração na distribuição das quotas de mercado.

**Fig. 2 – Número de sondagens depositadas por empresa (2011-2016)**

	2011		2012		2013		2014		2015		2016		Var. Absoluta 2015-2016
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Eurosondagem	35	38,9	24	37,5	82	45,8	26	44,8	22	26,8	19	40,4	↓
Aximage	14	15,6	14	21,9	15	8,4	17	29,3	15	18,3	12	25,5	↓
Ipom	1	1,1	3	4,7	22	12,3	-	-	1	1,2	6	12,8	↑
UCP	10	11,1	4	6,3	11	6,1	5	8,6	18	22,0	4	8,5	↓
Intercampus	17	18,9	1	1,6	2	1,1	1	1,7	16	19,5	2	4,3	↓
Marktest	10	11,1	8	12,5	6	3,4	-	-	2	2,4	1	2,1	↓
Norma Açores	-	-	1	1,6	-	-	-	-	1	1,2	1	2,1	=
Metris	1**	1,1**	**	**	-	-	1	1,7	-	-	1	2,1	↑
Consulmark2	-	-	-	-	1	0,6	*	*	-	-	1	2,1	↑
Domp	1	1,1	1	1,6	6	3,4	1	1,7	2	2,4	-	-	↓
Apeme	-	-	-	-	1	0,6	1	1,7	1	1,2	-	-	↓
Pitagórica		0,0	4	6,3	15	8,4	6	10,3	1	1,2	-	-	↓
G.Triplo	-	-	-	-	5	2,8	-	-	3	3,7	-	-	↓
Gemeo	-	-	2	3,1	6	3,4	-	-	-	-	-	-	-
Sociologist	**	**	**	**	6	3,4	-	-	-	-	-	-	-
GBN	-	-	-	-	1	0,6	-	-	-	-	-	-	-
Daemon Quest	-	-	1	1,6	-	-	*	*	-	-	-	-	-
Eurequipa	-	-	-	-	*	*	*	*	-	-	-	-	-
Euroexpansão	1	1,1	-	-	*	*	*	*	-	-	-	-	-
Netsonda	-	-	*	*	*	*	*	*	-	-	-	-	-
Spirituc	**	**	1**	1,6**	**	**	**	**	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>	<b>64</b>	<b>100%</b>	<b>179</b>	<b>100%</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>	<b>47</b>	<b>100%</b>	<b>-42,7%</b>

A tabela encontra-se ordenada de forma decrescente pelo ano de 2016.

Total de entidades que depositaram sondagens N=9 (2011); N=12 (2012); N=14 (2013); N=8 (2014); N=11 (2015), N=9 (2016).

\* A extinção da credenciação foi verificada sem subsequente renovação no ano de 2012 (Euroexpansão), 2014 (Daemon Quest e Consulmark2), 2015 (GBN, Gemeo e Sociologist) e 2016 (Apeme).

\*\* A Metris, a Sociologist e a Spirituc não detinham credenciação para a realização de sondagens nos anos assinalados.

Das dinâmicas acima explanadas são de destacar os seguintes aspetos relativos a 2016:

O reforço da Eurosondagem, agora pelo sétimo ano consecutivo, como a empresa mais representativa do setor;

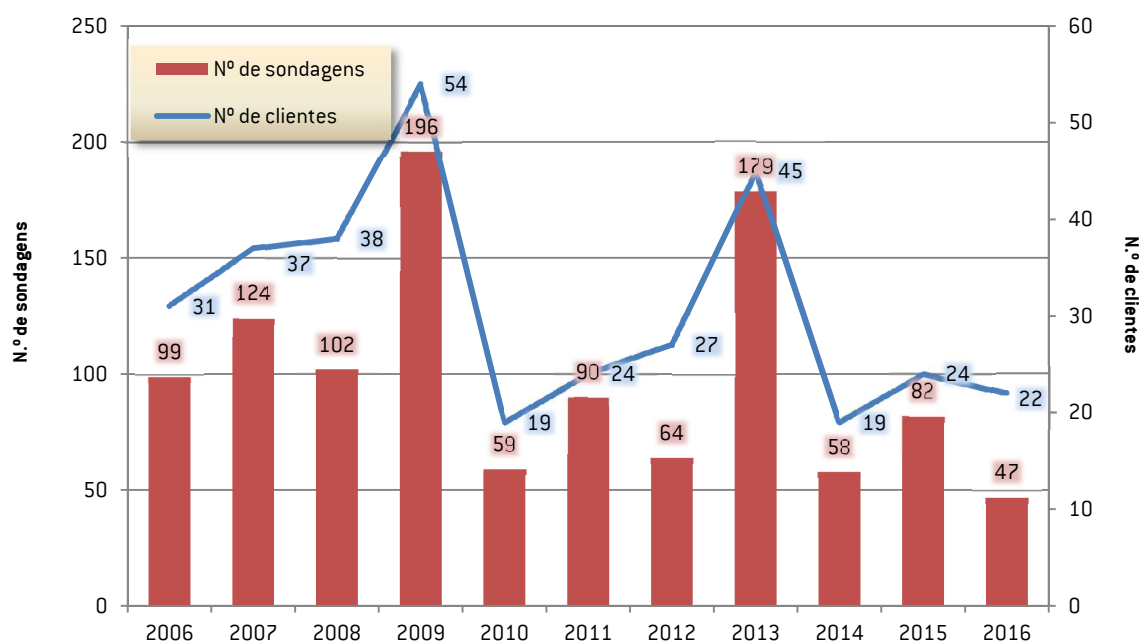
A diminuição do número de depósitos por empresa face ao ano anterior;

A manutenção dos barómetros políticos mensais da Eurosondagem e Aximage, garantindo algum pluralismo e confronto da popularidade dos atores políticos e das intenções de voto legislativo;

A maior concentração do mercado dos estudos depositados e o menor pluralismo no que concerne ao número de empresas a depositar sondagens.

A diminuição da atividade traduziu-se naturalmente na diminuição dos depósitos e dos clientes das sondagens, destacando-se que, não obstante 2016 ter sido o ano com menos sondagens (47), o número de clientes pouco se alterou (22 quando em 2015 foi 24), sendo mesmo superior ao verificado em 2010 e 2014 (19 clientes em ambos os anos para 59 e 58 depósitos, respetivamente).

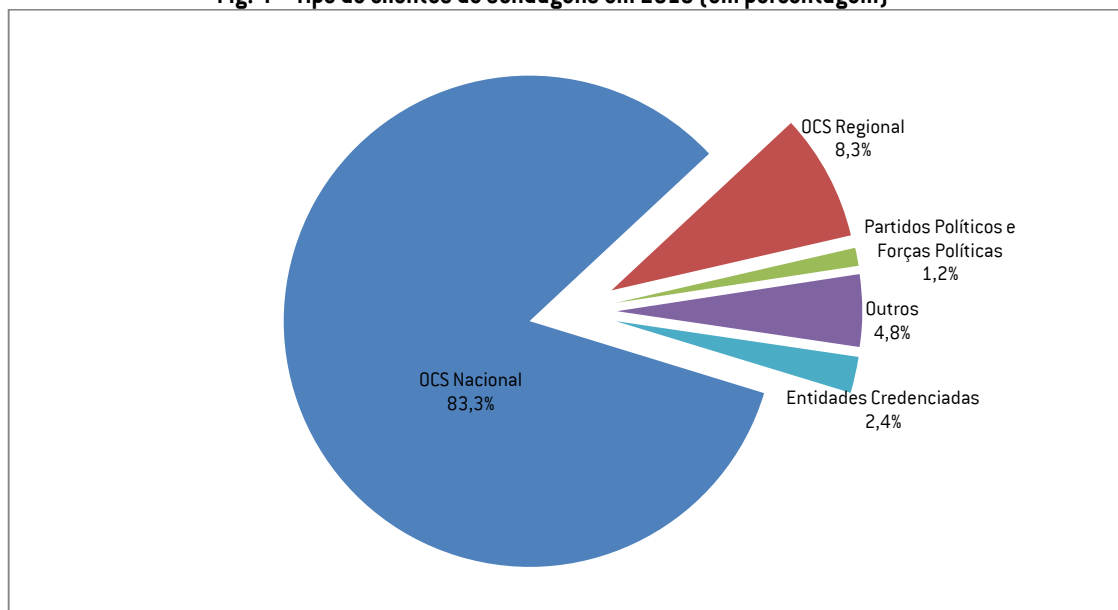
**Fig. 3 – Número de clientes e de sondagens depositadas (2006 a 2016)**



Seguindo uma tendência já verificada em anos anteriores, uma parte dos estudos depositados é associada a mais do que um cliente, daí que ao total dos 47 depósitos verificados em 2016 correspondam 84 entradas de clientes. De modo geral, reproduziram-se as parcerias observadas no ano de 2015: *Eurosondagem / SIC / Expresso* e *Aximage / Correio da Manhã / Jornal de Negócios*, ambas com atividade regular ao longo de todo o ano, fruto da manutenção dos barómetros políticos mensais; e, com a atividade praticamente centrada nas eleições presidenciais durante o mês de janeiro, as parcerias *UCP-CESOP / RTP / Antena 1 / Diário de Notícias / Jornal de Notícias* e *Intercampus / TVI / Público / TSF*.

Agrupando os clientes identificados nas fichas técnicas de depósito por tipo, consoante a sua área de atividade (*media*, forças políticas e outros) e natureza (nacionais ou regionais, apenas no casos dos *media*), é possível observar a predominância assumida pelos órgãos de comunicação social nacionais (83,3 % do total de clientes registados nos depósitos). O peso dos restantes tipos de clientes, como os *Media Regionais* (8,3 %), Partidos e Forças Políticas (1,2 %), Entidades Credenciadas (2,4 %) e outros (4,8 %), ainda que tenha praticamente duplicado face a 2015, continua a ser muito pequeno (16,7% em 2016 quando em 2015 se fixou em 8,5 %).

**Fig. 4 – Tipo de clientes de sondagens em 2016 (em percentagem)**



Total de clientes distintos N= 22 (2016); Total de depósitos N=47 (2016).  
Total de clientes referenciados em depósitos N =84 (2016).

Em termos da importância dos clientes, medida pela sua presença em depósitos, quem mais se destacou em 2016 foram a *SIC* e o *Expresso* (15 e 14 depósitos, respetivamente). Os dois órgãos detidos pela Impresa assumiram particular importância porque foram, a par do *Correio da Manhã* e do *Jornal de Negócios* (publicações da Cofina Media que se constituem como clientes em 12 depósitos), os únicos que estimularam mensalmente e fora do período eleitoral a produção de sondagens para publicação, pela aposta na manutenção dos seus barómetros políticos regulares (v. Anexo Fig. A3). Estes quatro órgãos, detidos pela Impresa e Cofina Media, foram os únicos que em 2016 foram responsáveis pela encomenda de mais de uma dezena de estudos, o que contrasta bem com 2015, ano em que a RTP, a TVI, o Público e a TSF também marcaram presença como clientes em mais de dez depósitos.

## 1.2. Depósitos<sup>2</sup>

Em 2016, foram efetuados 47 depósitos de sondagens. Pode observar-se que este número decresceu 43 % face a 2015, ano em que se contabilizaram 82 sondagens. Quando comparado com 2011, ano em que também se realizaram eleições presidenciais e regionais (Região Autónoma da Madeira), verifica-se um decréscimo de 48 % no número total de depósitos. Contudo, considerando que, tanto em 2011 como em 2015, se verificaram eleições legislativas para as quais foram produzidas *tracking polls*, não será de estranhar a grande diminuição no número de depósitos.

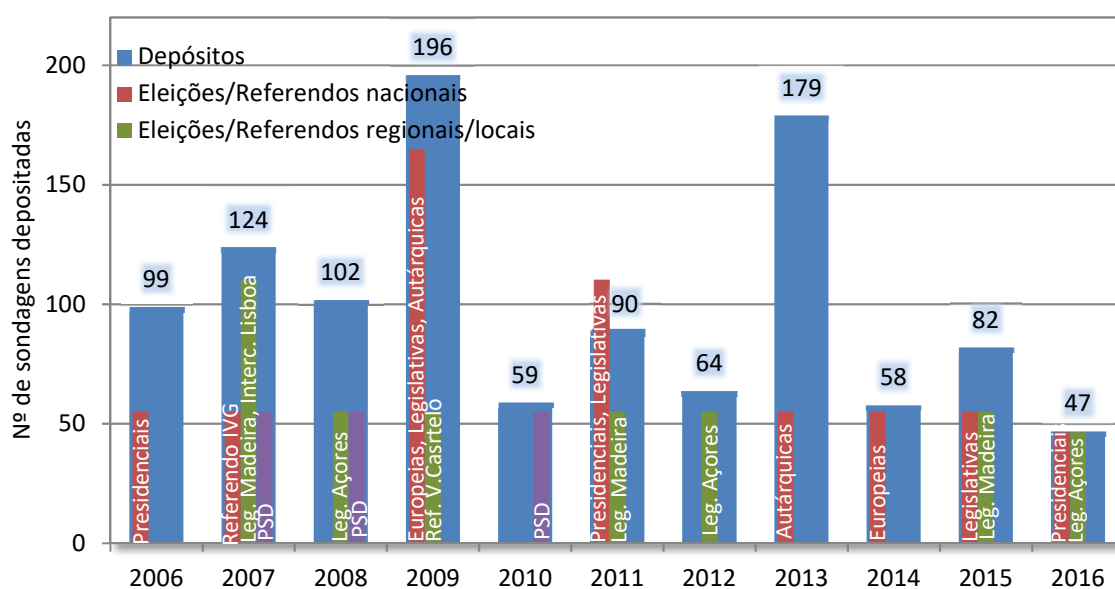
A análise longitudinal dos dados, referente aos depósitos de sondagens entre os anos de 2006 e 2016, mostra que 2016 foi o ano em que se depositaram menos sondagens na ERC desde o início da sua atividade. Este mínimo histórico no registo de depósitos não se refletiu em nova diminuição no domínio dos barómetros regulares de acompanhamento do sentido de voto legislativo e da popularidade dos políticos, mantendo-se, tal como em 2015, duas empresas (Eurosondagem e Aximage) a registar

<sup>2</sup> Consideram-se **depósitos** as sondagens que são entregues pelas entidades credenciadas para apreciação da ERC, ao abrigo da Lei das Sondagens.

mensalmente estudos para divulgação pública em órgãos de comunicação social. No total, estas duas empresas foram responsáveis pelo depósito de 24 barómetros (mais três do que no ano anterior). Considerando os barómetros políticos das empresas (UCP/CESOP e Intercampus) cujos depósitos são mais irregulares e difusos no tempo, o número total de barómetros sobe para 25 em 2016 e 26 em 2015.

Numa perspetiva global, e considerando a totalidade dos depósitos registados na ERC ao longo dos seus onze anos de existência (1100 depósitos entre os anos de 2006 e 2016), verifica-se que é em anos de eleições autárquicas que o número de depósitos (196 e 179 depósitos, para os anos de 2009 e 2013, respetivamente) ultrapassa largamente a média anual para o período considerado (100 depósitos por ano). Atendendo que estão marcadas para outubro de 2017 eleições autárquicas gerais, perspetiva-se uma grande aceleração no número de depósitos face ao registado em 2016.

**Fig. 5 – Distribuição anual das sondagens depositadas e dos atos eleitorais realizados (2006 a 2016)**



Total de depósitos N=1100 (2006-2016).

### 1.3 Temas abordados

#### 1.3.1 Abordagem dos temas das sondagens

As sondagens depositadas na ERC são classificadas quanto às temáticas sobre as quais incidem. O plano de codificação utilizado para esta classificação foi elaborado com o objetivo de contribuir para responder de forma adequada às obrigações da regulação no domínio das sondagens e inquéritos de opinião, de acordo com o disposto no Artigo 1.º da Lei da Sondagens (10/2000, de 21 de junho).

A tipologia temática organiza-se em três níveis: no primeiro nível encontramos nove *grandes grupos temáticos*, sendo que os oito primeiros grupos refletem a operacionalização das temáticas que emanam do disposto no já referido Artigo 1.º da Lei das Sondagens. O nono grupo foi criado especificamente para compreender o segmento de sondagens ou estudos depositados que não se insiram no âmbito do citado diploma.

Os segundo e terceiro níveis de análise temática segmentam os nove grandes grupos temáticos de forma a possibilitar uma análise específica e pormenorizada das diversas temáticas sobre as quais incidem as sondagens depositadas. Denominam-se, respetivamente, *tema e referência temática*.

### 1.3.2 Os temas abordados em 2016

Os dados relativos à distribuição dos depósitos, de acordo com os grandes grupos temáticos, mostram que aqueles que se referem à *intenção e sentido de voto*, à *avaliação dos órgãos e atores políticos* e às *atividades dos órgãos constitucionais e dos seus representantes* foram os que tiveram maior proeminência nas sondagens depositadas em 2016, sendo observáveis em, respetivamente, 87,2%, 68,1% e 55,3% dos depósitos. Face a 2015, regista-se a passagem dos temas ligados à *imagem dos detentores de cargos públicos* da terceira para segunda posição e a substituição do interesse por temáticas relacionadas com *cenários e representações relacionadas com escrutínios*, compreensível em anos de eleições legislativas, como foi o ano transato, pelos temas relativos à *atividade dos órgãos constitucionais* (v. Anexo Fig. A5).

A análise diacrónica dos temas mais proeminentes mostra que as temáticas relacionadas com os atos eleitorais tendem a evidenciar-se por serem aquelas que tanto clientes como público consideram ter maior interesse informativo. A realização de eleições presidenciais, em 2016, a par com a diminuição de depósitos de sondagens, leva a um aumento do peso relativo das questões referentes à *intenção de voto presidencial*, apesar de em números absolutos se manter estável. Os barómetros políticos regulares continuam a representar um segmento importante do total de sondagens depositadas. Duas empresas realizaram barómetros mensais – Aximage e Eurosondagem – e ambas as empresas incluem nestes estudos questões acerca dos três grupos temáticos em destaque, contribuindo dessa forma para o peso relativo que estes assumem no universo analisado.

Quando observamos os valores encontrados em 2016 para a referência temática *intenção de voto legislativo*, verificamos que a percentagem desceu cerca de 26 pontos percentuais, fixando-se nos 53,2 %. Este facto não é estranho se considerarmos que em 2015, além dos barómetros políticos mensais (que contêm sempre questões sobre voto legislativo), também se produziram *tracking polls* para medir a evolução do sentido de voto durante a campanha eleitoral.

O segundo grupo temático a evidenciar-se em 2016, agrega as referências temáticas relativas à *avaliação dos órgãos e atores políticos*. A saliência deste grande grupo temático decorre, em grande parte, da regular avaliação, através dos barómetros, sobre qual a opinião dos eleitores acerca da atuação dos detentores de cargos públicos, nomeadamente do *Presidente da República* (51,1%), dos *líderes partidários* (46,8%) e do *Primeiro-Ministro* (38,3%).

O barómetro político mensal da Eurosondagem inclui questões sobre a imagem do *Parlamento*, do *Ministério Público* e dos *Tribunais*, representando cada uma destas *referências temáticas* mais de 20% das sondagens depositadas. Com a aproximação de eleições autárquicas, marcadas para outubro de 2017, verifica-se o aparecimento de 6,4% dos depósitos de sondagens com questões sobre a *imagem da atividade autárquica* e de putativos *candidatos a órgãos de poder local*.

No terceiro grande grupo temático mais representado, grupo que contém temas relativos à *atividade dos órgãos constitucionais e dos seus representantes*, destacam-se as referências temáticas que abordam as *expectativas em relação à ação governativa* (29,8%), as *políticas fiscais e financeiras* do Governo em funções (23,4%) e as *expectativas em relação à atividade da Presidência da República* (17,0%).

Em continuidade com o observado nos anos anteriores, a análise relativa a questões estruturais, como é o caso das questões sobre o funcionamento do *sistema político*, mantém-se como a área de menor peso relativo no universo dos estudos de opinião, podendo este ser um fator indicativo do reconhecimento de estabilidade política e institucional da sociedade portuguesa (v. Anexo Fig. A5).

**Fig. 6 – Principais temas abordados pelas sondagens em 2016**

Grupo temático	Referências temáticas	Depósitos	(%)
<b>Grupo 5 - Intenção e sentido do voto</b>	Voto legislativo	25	53,2
	Voto presidencial	10	21,3
	Voto autárquico	6	12,8
<b>Grupo 3 - Avaliação dos órgãos e atores políticos</b>	Imagem do Presidente da República	24	51,1
	Imagem dos líderes partidários	22	46,8
	Imagem do Primeiro-Ministro	18	38,3
	Imagem do Governo	12	25,5
	Imagem do Parlamento	11	23,4
	Imagem dos Tribunais	11	23,4
	Imagem do Ministério Público (PGR)	11	23,4
	Imagem dos Ministros	10	21,3
<b>Grupo 1 - Atividade dos órgãos constitucionais e dos seus representantes</b>	Expectativas em relação à ação governativa	14	29,8
	Políticas Fiscais/Financeiras	11	23,4
	Expectativas em relação à atividade da Presidência da República	8	17,0

Nota: Só se apresentam as referências temáticas com observações de valor igual ou superior a cinco ocorrências.

Total de depósitos N=47 (2016).

Total de temas distintos registados N=35 (2016).

Total de referências temáticas N=354 (2016).

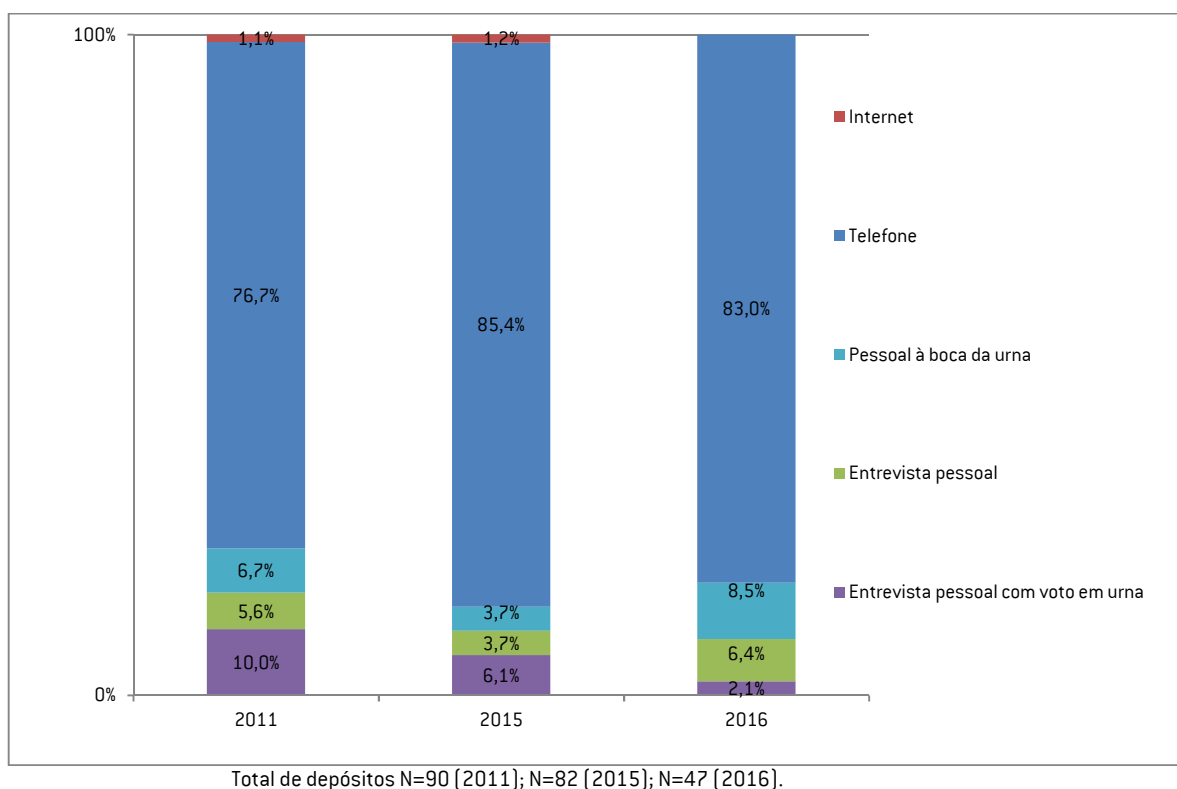
## 2. Características metodológicas das sondagens

### 2.1 Método de recolha da informação

O método de recolha de informação é um dos elementos obrigatórios na ficha técnica de depósito. O telefone continua a ser o meio de recolha mais utilizado (83,0%), à semelhança do observado nos anos anteriores (85,4%, e 76,7% para 2015 e 2011, respetivamente). Contrastando os anos mais recentes com 2011, verifica-se que o recurso ao método telefónico é ainda mais predominante do que era no passado, tendo vindo a ganhar terreno aos estudos realizados com recurso a técnicas presenciais (entrevista pessoal, à boca da urna e recolha de voto em urna). Há vários fatores, como o objeto em estudo e o próprio calendário eleitoral, que influenciam o tipo de sondagens

que se produzem, todavia, parece claro que o maior recurso a sondagens telefónicas (normalmente menos dispendiosas do que as sondagens realizadas com recurso ao método presencial) reflete a contração da procura e a adaptação do setor ao agravamento da crise económica vivido a partir de 2011. De assinalar que a inquirição com recurso à internet no domínio das sondagens políticas, até pelos desafios metodológicos que coloca, ainda é uma realidade distante.

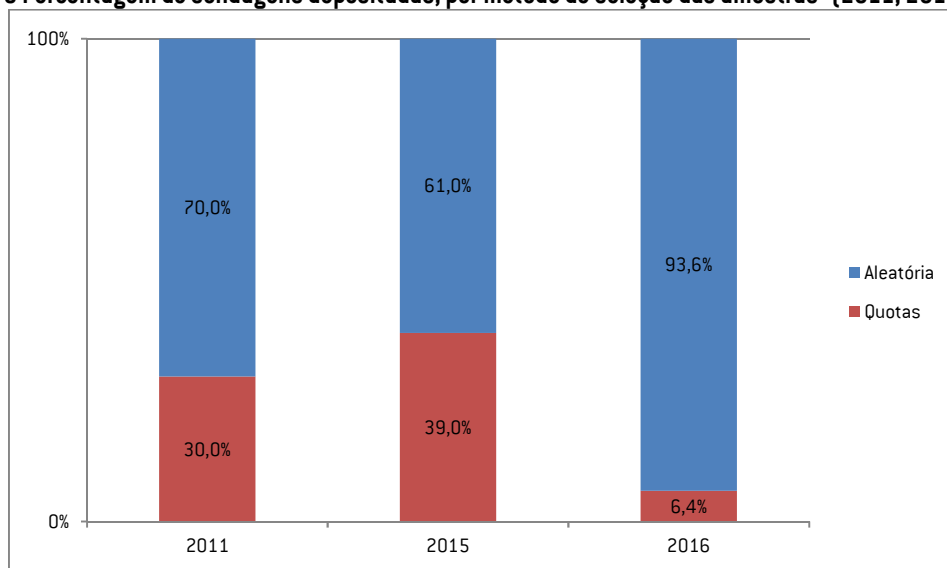
**Fig. 7 – Percentagem de sondagens depositadas, por método de recolha de informação (2011, 2015 e 2016)**



## 2.2 Métodos de seleção de amostras

No campo dos métodos de seleção das amostras, verifica-se que em 2016 o peso dos métodos aleatórios aumentou consideravelmente (93,6% em 2016, contra 61,0% e 70,0% em 2015 e 2011, respetivamente). Em sentido inverso, a amostragem por quotas tornou-se marginal em 2016 (6,4% contra 39,0% e 30,0% em 2015 e 2011, respetivamente). Estas alterações não significam que os métodos por quotas têm vindo a ser preteridos por questões relacionadas com rigor, antes refletem as dinâmicas do mercado dos estudos depositados, sobressaindo as metodologias utilizadas pelas empresas que o dominam.

**Fig. 8 Percentagem de sondagens depositadas, por método de seleção das amostras<sup>3</sup> (2011, 2015 e 2016)**



Total de depósitos N=90 (2011); N=82 (2015); N=47 (2016).

### 2.3 Âmbito geográfico dos estudos

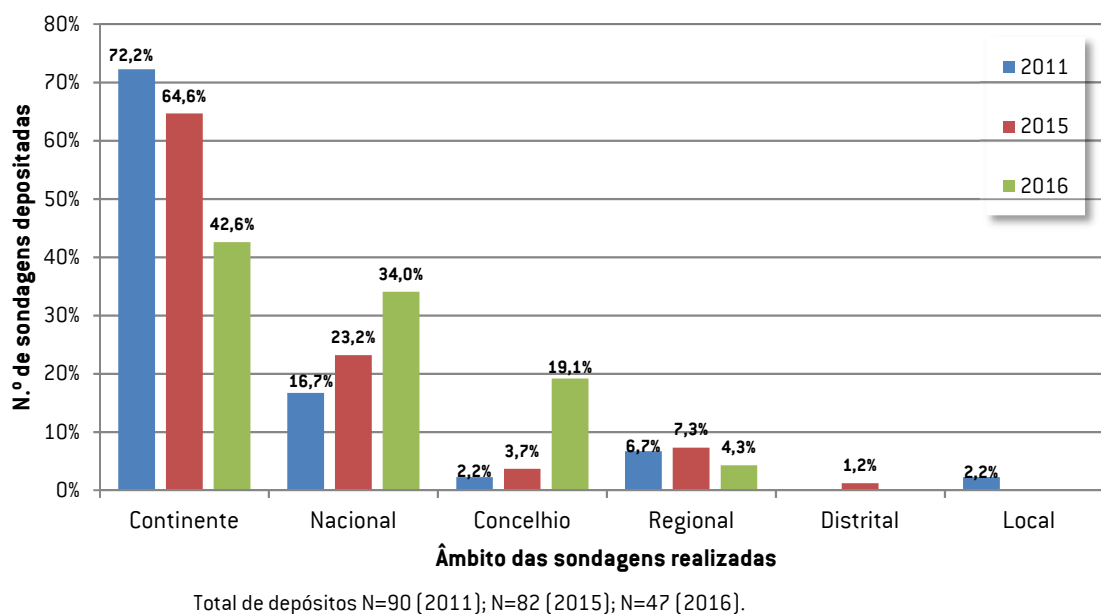
O âmbito geográfico traduz, a partir do universo alvo definido nas fichas técnicas, a incidência territorial (nacional, continental, regional, concelhia, etc.) dos estudos depositados. Este indicador, ainda que não esteja diretamente relacionado com eleições (dado que há sondagens que não abordam temas eleitorais), é algo sensível ao calendário eleitoral. Em 2016, as sondagens de âmbito geográfico continental e nacional foram as que assumiram maior peso relativo no total de estudos depositados (36 num total de 47 sondagens, equivalendo a 76,6 % dos depósitos), espelhando não só a atenção dada às eleições presidenciais, mas também, e sobretudo, o permanente acompanhamento das intenções de voto legislativo. Seguem-se, com um valor muito menos expressivo (nove estudos, representando 19,1 % dos depósitos de 2016), as sondagens de âmbito concelhio, relacionadas tanto com a eleição intercalar autárquica de São João da Madeira, realizada em janeiro, como com as eleições autárquicas gerais calendarizadas para 2017. Por fim, e já com expressão marginal, seguem-se os estudos de âmbito regional motivados pela ocorrência de eleições Regionais na Região Autónoma dos Açores (dois depósitos, representando 4,3 % do total anual). Comparando apenas os estudos de âmbito regional é observável que as eleições para a Região Autónoma da Madeira têm maior impacto no volume de depósitos do que as eleições regionais para a Região Autónoma dos Açores, registando-se em média nos anos dos últimos três atos eleitorais 6,7 depósitos com incidência territorial na região da Madeira (anos de 2007, 2011 e 2015) contra apenas 2 depósitos de incidência territorial na Região Autónoma dos Açores (anos de 2008, 2012 e 2016).

---

<sup>3</sup> A introdução do Portal das Sondagens motivou algumas alterações na estrutura e classificação da informação que vinha sendo seguida na anterior base de dados. Particularmente, no que se refere ao indicador relativo à seleção das amostras dos estudos depositados, optou-se por excluir o método **misto** que vinha sendo apresentado em relatórios de anos anteriores, considerando-se que a seleção aleatória das unidades que constituem a base de amostragem (normalmente residências ou números de telefone), complementada com o recurso à definição de **quotas** nas variáveis demográficas dos indivíduos a entrevistar, se enquadra no método de seleção por quotas.



**Fig. 9 – Percentagem de sondagens depositadas, por âmbito geográfico das amostras (2011, 2015 e 2016)**



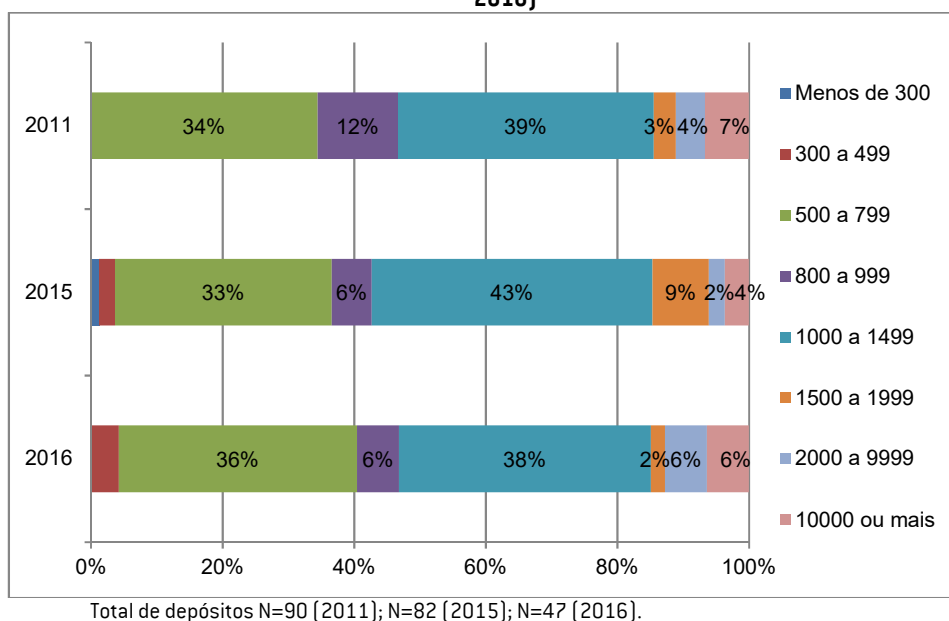
## 2.4 Dimensão das amostras

No ano de 2016 foram inquiridos 137 098 indivíduos, tendo sido realizados apenas dois estudos com recurso a amostras inferiores a 500 indivíduos. Estas duas sondagens, de amostras mais reduzidas, foram de âmbito territorial concelhio e foram produzidas no decurso da campanha eleitoral para o município de São João da Madeira. Contrariamente ao verificado em 2015, não foram depositadas sondagens com amostras inferiores a 300 entrevistas.

As amostras mais frequentes nas sondagens depositadas são, à semelhança de 2015 e 2011, aquelas cuja dimensão amostral se situa nos intervalos entre 500 a 799 e 1000 a 1499 inquiridos. No total, estes dois escalões estão presentes em 74 % dos depósitos (correspondendo 36 % ao intervalo entre 500 e 799 e 38 % ao intervalo entre 1000 a 1499 entrevistas).

Apenas seis sondagens (12,7 % do total de depósitos de 2016) possuem amostras de dimensão superior a 2000 entrevistados. Destas, três inserem-se no intervalo amostral de 2000 a 9999 inquiridos, e outras três no intervalo de dez mil ou mais inquiridos. Estas seis sondagens foram todas realizadas muito próximo de eleições (duas, pré-eleitorais, nas vésperas das eleições presidenciais, e quatro pós-eleitorais, no próprio dia das eleições presidenciais e regionais dos Açores), correspondendo as maiores amostras às sondagens à boca da urna relativas às eleições para a Presidência da República.

**Fig. 10 – Percentagem acumulada de sondagens por escalão de dimensão das amostras (2011, 2015 e 2016)**



### 3. Divulgação de sondagens<sup>4</sup>

#### 3.1 Enquadramento

O acompanhamento regular realizado pela ERC em matéria de sondagens de opinião permitiu identificar a publicação ou difusão pública de 1429 peças jornalísticas nesse âmbito, 1427 sobre sondagens depositadas na ERC e duas sobre inquéritos de opinião.

Há registo de divulgação pública de 45 das 47 sondagens depositadas em 2016. A percentagem de sondagens com divulgação identificada por ano de depósito foi a mais elevada quando considerados os três anos em análise (95,7 % em 2016 contra 89,0 % em 2015 e 93,3 % em 2011). Os dois estudos para os quais não foi encontrada nenhuma divulgação não foram encomendados por órgãos de comunicação social. Um destes estudos não tinha cliente, ou seja, foi um estudo que a empresa decidiu fazer sem ter para isso tido uma solicitação externa, e o outro tinha como cliente um particular interessado em conhecer a opinião dos cidadãos sobre potenciais candidatos autárquicos. Assim, a divulgação pública destas sondagens, a ter acontecido, ocorreu em contextos muito localizados, longe de circuitos mediáticos de âmbito nacional e, por essa razão, não foram identificadas peças na monitorização realizada.

Deixando de considerar somente as divulgações referentes aos depósitos de 2016 e alargando a análise ao total de estudos com divulgação identificada, conclui-se, face a 2015, pelo decréscimo acentuado do número total de sondagens publicadas (de 88 em 2015 para 55 em 2016), sendo considerável o número de depósitos efetuados em anos anteriores cujo conteúdo foi objeto de divulgação, em 2016. O número de divulgações identificadas também evoluiu em sentido negativo: registaram-se 1427 divulgações em

<sup>4</sup> A metodologia de contabilização das divulgações foi alvo de revisão pelo que os números do presente relatório podem apresentar ligeiras variações face aos números reportados em Relatórios de Regulação anteriores. São contabilizadas como divulgações todas as peças (de imprensa, televisão, rádio e internet) identificadas pela ERC que se subsumam no objeto da Lei das Sondagens (cf. artigo 1º da Lei N.º 10/2000, de 21 de julho).

2016, o que representa uma diminuição para menos de metade das 3437 divulgações identificadas em 2015.

**Fig. 11 – Sondagens depositadas e divulgações identificadas (2011, 2015 e 2016)**

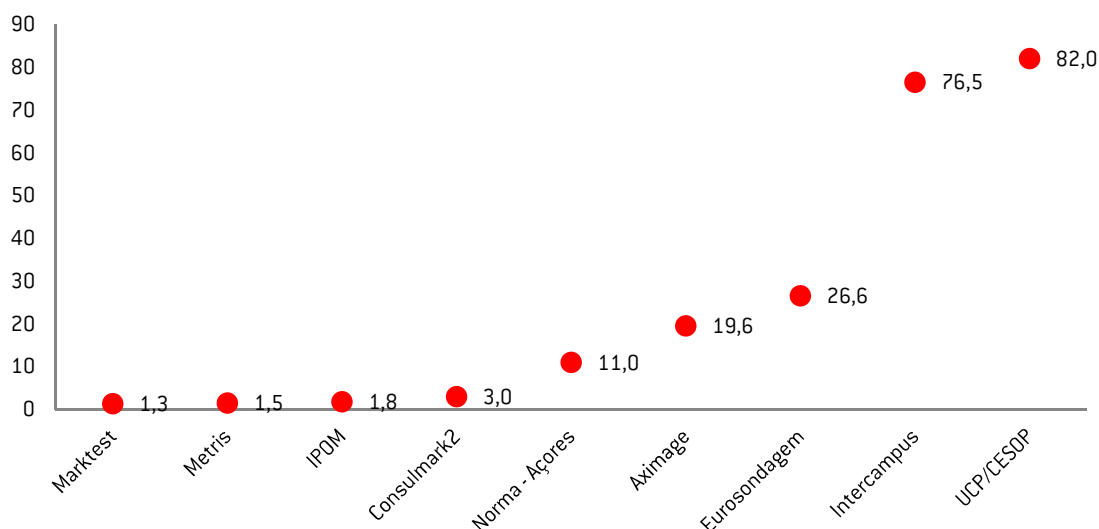
	2011	2015	2016
Sondagens depositadas	90	82	47
Sondagens com divulgação identificada (por ano de depósito)	84	73	45
% de depósitos com divulgação identificada (por ano de depósito)	93,3 %	89,0%	95,7%
Total de sondagens com divulgação identificada	84	88	55
Total de divulgações com depósito associado	2844	3437	1427

Em média publicaram-se 118,9 divulgações de sondagem por mês no ano de 2016, o que corresponde a uma média de quase quatro divulgações de sondagens por dia. Janeiro foi, de forma destacada, o período de maior atividade, inscrevendo os máximos do ano para os números de depósitos (15), de sondagens divulgadas (20) e de divulgações (606). Estes números devem-se principalmente às sondagens realizadas e divulgadas no contexto das Eleições Presidenciais.

O número médio de divulgações por sondagem fixou-se em 26 divulgações por depósito, o que indicia um elevado grau de propagação das sondagens, já que é em número muito superior à média de clientes por depósito apurada para 2016 (1,7 clientes por sondagem).

As sondagens realizadas pela UCP/CESOP, em 2016, foram aquelas que conseguiram maior disseminação, tendo alcançado, em média, 82 divulgações por sondagem. Seguem-se, com uma média ligeiramente inferior, as sondagens da Intercampus com uma média de quase 77 peças jornalísticas produzidas por cada sondagem depositada. A Eurosondagem e a Aximage têm ambas uma média de divulgações por sondagem bastante inferior aos centros de sondagens já referidos, alcançando, respetivamente, uma média de 26,6 e 19,6 divulgações por depósito. Estas duas empresas são responsáveis pelos barómetros publicados pelos órgãos detidos pela Impresa e Cofina, sendo as que apresentam o número mais elevado de sondagens divulgadas (21 e 14 estudos depositados em 2015 e 2016, respetivamente) bem como o maior número absoluto de divulgações (559 e 274 divulgações, respetivamente). No entanto, esse número esbate-se (sobretudo pela produção contínua ao longo do ano e fora dos períodos eleitorais) quando se analisa a disseminação média de cada estudo. Pelo contrário, a UCEP/CESOP viu cinco estudos de opinião serem divulgados em 410 peças jornalísticas e a Intercampus, que depositou somente dois estudos em 2016, teve 153 divulgações identificadas. As onze divulgações observadas para a empresa Norma-Açores, são relativas a um único depósito realizado durante o período de Eleição para a Assembleia Legislativa Regional da Região Autónoma dos Açores.

**Fig. 12 – Média de divulgações por depósito, por entidade credenciada em 2016**



Sondagens divulgadas em 2016 N= 55 [Ano de depósito: N=45 (2016) N=7 (2015); N=1 (2014); N=1 (2004), N= 1 (2017), N=1 (1995)].

Total de divulgações de sondagens N=1427 (2016).

A observação das 10 sondagens mais divulgadas em 2016 (v. Anexo Fig. A6) permite constatar que, à semelhança do verificado em 2015, houve alguma dispersão relativamente às empresas que as realizaram. A Eurosondagem realizou quatro das dez sondagens mais divulgadas, seguida pela UCP/CESOP, responsável por três dos depósitos com maior número de divulgações. Intercampus e Aximage detêm a autoria dos restantes três estudos mais divulgados. Os 10 depósitos mais disseminados, apesar de representarem cerca de um quinto (21,3 %) da totalidade das sondagens depositadas, correspondem a mais de metade (57,3 %) da totalidade de divulgações.

O número máximo de divulgações identificadas (234) para um mesmo depósito diz respeito à Sondagem da UCP/CESOP, realizada em novembro para o Jornal de Notícias, Diários de Notícias, RTP e Antena 1, representando 16,4 % do total de peças identificadas para o ano de 2016, quer sob a forma de divulgação de resultados, quer como mera referência ao estudo ou como comentário/opinião. Esta sondagem foi divulgada ao longo de dez dias, por 41 órgãos de comunicação social diferentes e a UCP/CESOP apresentou como objetivo principal do estudo a «Recolha de informação sobre questões sociais e políticas da atualidade»<sup>5</sup>.

### 3.2 Divulgadores de Sondagens

No cumprimento da sua função de regulador, a ERC empenha-se em monitorizar a divulgação pública de sondagens. Em 2016, verificou-se a diminuição do número de divulgações identificadas face aos valores registado no ano anterior (3437, em 2015, vs. 1427, em 2016), porém, comparando os dois períodos, observa-se o aumento do número de divulgadores (77, em 2015 vs. 81, em 2016).

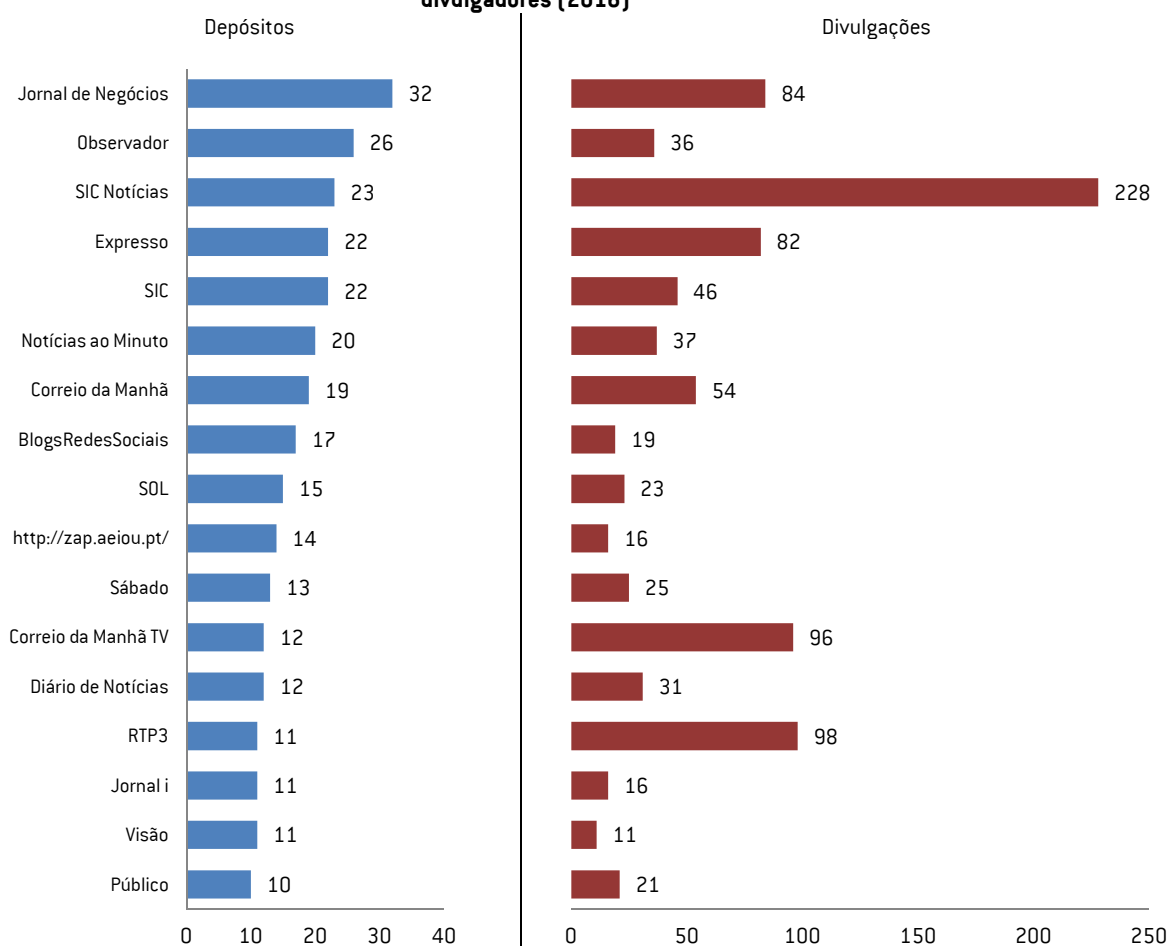
<sup>5</sup> <http://www.erc.pt/pt/sondagens/publicitacao-de-sondagens/depositos-de-2016/sondagem-politica-de-novembro-2016>.

A Figura 13 apresenta os órgãos de comunicação social com maior volume de sondagens divulgadas, comparando depois esse número com o número absoluto de divulgações que fizeram ao longo do ano de 2016. O jornal de Negócios foi a publicação com maior número de sondagens divulgadas, 32. No entanto é o quarto divulgador quando a contagem se faz pelo número de peças de divulgação publicadas (84).

A disparidade entre o número de sondagens divulgadas e o número de peças de divulgação é ainda mais clara no caso do Observador. Este jornal digital divulgou 26 sondagens através da publicação *online* de 36 peças jornalísticas.

Em sentido inverso, a *SIC Notícias* é o principal divulgador, com um total de 228 divulgações, emanadas de 23 sondagens distintas. RTP3 e Correio da Manhã TV manifestam a mesma tendência, cada um destes canais temáticos informativos divulgou 12 sondagens, tendo para isso emitido, respetivamente, 98 e 96 peças. Os canais temáticos informativos têm noticiários à hora certa e quando divulgam uma sondagem essa divulgação é feita de forma sistemática em todos, ou quase todos, os noticiários do dia.

**Fig. 13 – Número de sondagens divulgadas e número de divulgações identificadas por principais divulgadores (2016)**



Total de sondagens divulgadas N=55 (2016); Total de divulgações identificadas N=1427 (2016).

\*Para efeitos da análise, consideraram-se "principais divulgadores" as entidades que procederam à divulgação de dez ou mais estudos.

A ERC manteve como critério para considerar um órgão de comunicação social como principal divulgador o facto de este ter divulgado dez ou mais sondagens diferentes ao

longo do ano. Em 2016, 17 órgãos cumprem esse critério, representando 21,0 % do total de órgãos de comunicação que veicularam pelo menos uma sondagem. Esta percentagem é inferior aos 42,9 % apurados em 2015.

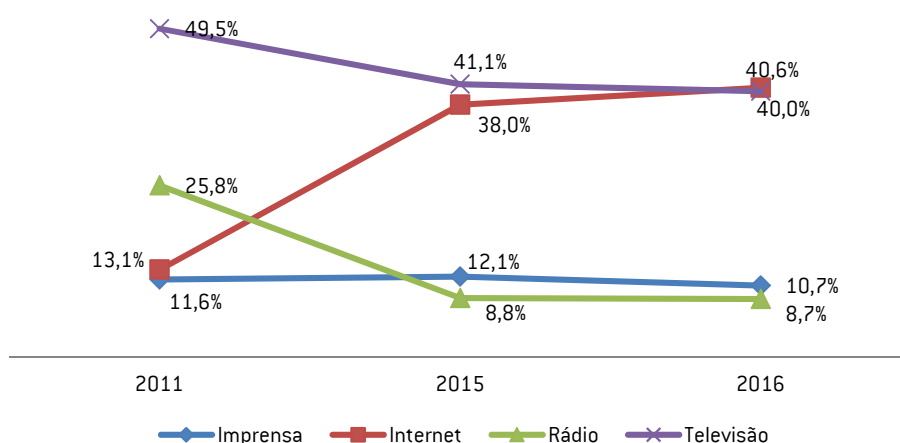
Quando observamos o número de peças divulgadas pelos 17 órgãos de comunicação social que divulgaram mais de dez sondagens em 2016, constatamos que apesar de representarem um pouco mais de 20 % do total de divulgadores, veiculam 67 % das peças de divulgação de sondagens identificadas. Assim, verifica-se que estes não só divulgam um volume superior de sondagens como produzem um volume muito superior de peças sobre elas.

### 3.3 Tipologia dos órgãos de comunicação

A distribuição das divulgações de sondagens depositadas durante o ano de 2016 pelos quatro tipos de suporte considerados na análise – televisão, rádio, imprensa e internet –, apresenta valores relativos por meio de divulgação semelhantes aos observados em 2015. No entanto, a internet ultrapassou a televisão como meio preferencial para difundir os resultados dos estudos de opinião, mesmo que a diferença entre estes suportes seja mínima (0,6 p.p.).

Quando comparados com os dados de 2015, verificamos que as divulgações efetuadas na imprensa diminuíram cerca de 1 p.p. e que a percentagem de divulgações veiculadas pela rádio se manteve inalterada. A televisão regista uma diminuição de mais de 1 p.p., face ao peso relativo que tinha nas divulgações do ano anterior, observando-se, no entanto, um decréscimo de cerca de 10 p.p. face aos valores relativos verificados em 2011. Na análise evolutiva entre anos de eleições presidenciais, ou seja, comparando 2011 e 2016, identifica-se a alteração substantiva do peso relativo da internet na divulgação de sondagens, registando-se um crescimento de cerca de 27 p.p. que releva o uso crescente deste meio para consumo de *media*.

**Fig. 14 – Percentagem de divulgações de sondagens, por meio de comunicação (2011, 2015 e 2016)**



Total de divulgações identificadas em estudos devidamente depositados na ERC N= 2846 (2011); N=3437 (2015); N=1427 (2016).

Nos anos de 2015 e 2016, incluem-se nas percentagens referentes à Internet peças recuperadas de blogs/redes sociais representando, respetivamente, 7,7 % (2015) e 3,1 % (2016) do conjunto total de divulgações de cada ano.

### 3.4 Imprensa

As divulgações realizadas pela imprensa em 2016 registaram um decréscimo de 63 % face ao ano anterior, fixando-se o total de divulgações identificadas para este ano em 153 peças. Em 2015 este número foi de 415.

Durante o ano de 2016, os jornais diários generalistas mantiveram a aposta na divulgação de sondagens, concentrando 43,8 % das divulgações na imprensa. No entanto, face ao ano anterior, o peso relativo da imprensa diária na divulgação de sondagens é menor, baixando cerca de 10 pontos percentuais (v. Anexo Fig. 7). Como assinalado em 2015, os jornais semanários continuam a aumentar o seu peso relativo, passando a compreender 22,2 % da totalidade das divulgações de imprensa. Essa percentagem era de 19,98 % em 2015.

Os jornais de economia aumentam o seu peso relativo passando de 15,4 %, em 2015, para 21,6%, em 2016. A continuação da parceria do Jornal de Negócios com o Correio da Manhã, como cliente do barómetro da Aximage, contribui para a manutenção da importância da imprensa económica como divulgador de sondagens, ocupando estes dois títulos a primeira posição como divulgadores. Apesar da assinalável diminuição no número de peças sobre sondagens publicadas na imprensa, o número de órgãos que divulgaram peças não se alterou de forma significativa, sendo de 25 em 2016 e de 29 em 2015.

Quanto aos títulos que publicaram mais peças sobre sondagens, como já foi referido, destacam-se o Correio da Manhã e o Jornal de Negócios, que concentram mais de 40% das peças divulgadas, apesar de diminuírem substancialmente o número absoluto de divulgações (CM: 69 em 2015 vs. 31 em 2016; JdN: 50 em 2015 vs. 31 em 2016). O Expresso também aumenta a sua relevância como divulgador de estudos de opinião e cresce cerca de 4 p.p., contrariando a tendência verificada em todos os outros títulos. Entre os órgãos de comunicação social que apresentam um decréscimo nas divulgações, destacam-se o Jornal de Notícias (-4,7 p.p.) e o Público (-3,2 p.p.). No entanto, da análise da distribuição de divulgações por título, pode verificar-se que esta se mantém relativamente equilibrada, não se encontrando grande concentração de divulgações num só órgão, mantendo-se a tendência identificada nos anos anteriores.

**Fig.15 – Principais órgãos de imprensa em número de divulgações publicadas (2015 e 2016)**

Suporte (OCS)	2015		2016	
	Nº de peças	%	Nº de peças	%
<b>Correio da Manhã</b>	69	16,6	31	20,3
<b>Jornal de Negócios</b>	50	12,0	31	20,3
<b>Expresso</b>	38	9,2	21	13,7
<b>Diário de Notícias</b>	44	10,6	14	9,2
<b>Público</b>	43	10,4	11	7,2
<b>SOL</b>	27	6,5	9	5,9
<b>Jornal i</b>	19	4,6	6	3,9
<b>Jornal de Notícias</b>	33	8,0	5	3,3
<b>Outros órgãos de imprensa com menos de 5 divulgações identificadas em 2016</b>	92	22,2	25	16,3
<b>Total</b>	<b>415</b>	<b>100%</b>	<b>153</b>	<b>100%</b>
<b>Total de órgãos divulgadores</b>	<b>29</b>		<b>25</b>	

Estão discriminados os órgãos com cinco ou mais divulgações em 2016.  
 Total de divulgações identificadas na imprensa – N= 153 (2016); N= 415 (2015).

### 3.5 Televisão

Em 2016 foram divulgadas 571 peças sobre sondagens na televisão. Este número representa uma diminuição significativa, para cerca de 60 %, do volume de divulgações televisivas observadas em 2015 (1413 peças). Verificou-se ainda que 64,8 % das peças foram transmitidas pelos canais temáticos especializados em informação e economia, uma diminuição de 13 p.p. face a 2015 (77,8 %) [v. Anexo Fig. 8].

Com recurso à análise por serviço de programas, podemos afirmar que o *ranking* referente às suas posições relativas, no que concerne ao número de peças de divulgação de sondagens, não apresenta alterações significativas. A Correio da Manhã TV passou a ser contemplada na análise durante 2016 (anteriormente o serviço de *clipping* contratado não cobria este serviço de programas), pelo que não existe comparativo para o ano anterior. No entanto, verifica-se que este operador divulgou perto de uma centena de peças sobre estudos de opinião, passando a ocupar a terceira posição da lista de divulgadores. De registar a diminuição significativa do número de peças divulgadas pela Económico TV, (193, em 2015 vs. 10. Em 2016) traduzida também no peso relativo deste operador no conjunto dos operadores televisivos.

O peso relativo da SIC Notícias aumentou 12,5 p.p., reforçando o seu papel como líder dos divulgadores no segmento televisivo. Os outros dois canais temáticos dedicados à informação RTP3 e TVI24 diminuem o seu peso relativo como divulgadores de sondagens, sendo mais relevante no caso da TVI24, que decresce cerca de 10 p.p., fixando-se em 8,1 % em 2016. Dos três canais generalistas RTP1 e SIC mantêm-se constantes face a 2015, alterando ligeiramente o seu peso relativo. A TVI tem uma diminuição mais acentuada, passando a percentagem de peças da sua responsabilidade de 6,8 % para 3,2 %.

**Fig.16 – Principais órgãos de televisão em número de peças noticiosas (2015 e 2016)**

Suporte (OCS)	2015		2016	
	Nº de peças	%	Nº de peças	%
SIC Notícias	358	25,3	216	37,8
RTP 3	284	20,1	98	17,2
CMTV	-	-	96	16,8
TVI24	265	18,8	46	8,1
RTP1	110	7,8	41	7,2
SIC	85	6,0	41	7,2
TVI	96	6,8	18	3,2
Económico TV	193	13,7	10	1,8
RTP2	22	1,6	5	0,9
<b>Total</b>	<b>1413</b>	<b>100%</b>	<b>571</b>	<b>100%</b>

Total de divulgações identificadas na televisão – N= 571 (2016) N= 1413 (2015).



### 3.6 Rádio

O número de difusões de sondagens radiofónicas, em 2016, diminuiu quando comparado com os registos identificados em 2015 (124 vs. 303). Não foram identificadas, através dos instrumentos de supervisão de que a ERC dispõe, divulgações de sondagens por parte de rádios locais, sendo estes registos regionais mais comuns nos anos em que se realizam eleições autárquicas.

Dos dados recolhidos, será de realçar a inversão, face a 2015, da posição de primeiro e segundo divulgador. Assim, a RDP/Antena1 foi a estação que mais volume de divulgações de sondagens emitiu (55,6 %), registando um crescimento de 28,5 p.p. quando comparado com o ano anterior. Inversamente, a TSF regista uma assinalável diminuição do seu peso relativo (33,4 p.p.). A participação da RDP/Antena1 no consórcio de clientes da UCP/CESOP confirma o facto, anteriormente referido, de os estudos de opinião deste centro de sondagens serem aqueles que registam uma disseminação mais elevada, sendo esta estação de rádio um dos órgãos que contribui para o relevante volume de divulgações que os depósitos de sondagens da UCP/CESOP alcançam.

**Fig.17 – Principais órgãos divulgadores na rádio, em número de peças noticiosas (2015 e 2016)**

Suporte (OCS)	2015		2016	
	Nº de peças	%	Nº de peças	%
RDP/Antena 1	82	27,1	69	55,6
TSF	177	58,4	31	25,0
Rádio Comercial	5	1,7	13	10,5
Rádio Renascença	30	9,9	9	7,3
RFM	9	3,0	2	1,6
<b>Total</b>	<b>303</b>	<b>100%</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

Total de divulgações identificadas na rádio – N=124 (2016); N=303 (2015).

### 3.7 Internet

A observação e recolha das divulgações de sondagens em órgãos de comunicação social de natureza ou suporte eletrónico permitiu recolher em 2016 um total de 579 peças noticiosas, valor inferior ao número de peças recolhidas em 2015 (1306). No entanto, este valor é suficiente para manter a internet como o suporte com maior número de publicações referentes à divulgação de sondagens.

A divulgação de sondagens através de *blogs e redes sociais* é, desde 2014, incluída na análise do segmento *online* da publicação de peças relativas a estudos de opinião. Dentro desta categoria, é possível identificar divulgações de tipo promocional, referencial e analítico/opinativo. As primeiras referem-se, sobretudo, ao uso feito pelos OCS das redes sociais, utilizando esse meio para promover de forma breve peças acerca de sondagens e fornecer a ligação para a divulgação na sua plataforma eletrónica. As peças de tipo referencial são aquelas cujos autores apenas referenciam os resultados de um estudo, identificando o órgão e o responsável do estudo, mas sem disponibilizar a ligação à peça que deu origem à referência. As peças de carácter analítico/opinativo distinguem-se daquelas classificadas como referenciais por acrescentarem à exposição dos dados uma análise dos mesmos, que pode ser metodológica e/ou substantiva. Considera-se relevante a inclusão destes divulgadores ainda que quando considerada a

totalidade de divulgadores *online* em 2016 a sua importância seja muito reduzida (3,1 %).

O *Expresso Online* é o órgão de comunicação social com maior número de divulgações de estudos de opinião, sendo responsável pela disseminação de cerca de um décimo das peças divulgadas pela internet, mantendo-se estável face a 2015. A este facto não é alheio o lançamento, em 2014, do *Expresso Diário*, formato que só existe em plataforma digital. O *Jornal de Negócios* aproxima-se dos valores observados para o *Expresso* (9,2 %), ultrapassando o *sítio Notícias ao Minuto*, que decresce 1,2 p.p. em 2016, acumulando 6,4% das divulgações realizadas através da Internet.

**Fig.18 – Principais divulgadores na internet, em número de peças noticiosas (2015 e 2016)**

Suporte (OCS)	2015		2016	
	Nº de peças	%	Nº de peças	%
<b>Expresso</b>	136	10,4	61	10,5
<b>Jornal de Negócios</b>	80	6,1	53	9,2
<b>Notícias ao Minuto</b>	99	7,6	37	6,4
<b>Observador</b>	73	5,6	36	6,2
<b>Sábado</b>	29	2,2	24	4,1
<b>Correio da Manhã</b>	26	2,0	23	4,0
<b>Porto Canal</b>	15	1,1	23	4,0
<b>RTP</b>	75	5,7	20	3,5
<b>Diário de Notícias</b>	36	2,8	17	2,9
<b><a href="http://zap.aeiou.pt/">http://zap.aeiou.pt/</a></b>	19	1,5	16	2,8
<b><a href="http://noticias.sapo.pt/">http://noticias.sapo.pt/</a></b>	14	1,1	16	2,8
<b>TVI 24</b>	46	3,5	15	2,6
<b>Sol</b>	58	4,4	14	2,4
<b>SIC Notícias</b>	15	1,1	12	2,1
<b>Rádio Renascença</b>	32	2,5	11	1,9
<b>DN Madeira</b>	25	1,9	11	1,9
<b>Público</b>	51	3,9	10	1,7
<b>Jornal I</b>	26	2,0	10	1,7
<b>Impala</b>	11	0,8	10	1,7
<b>Outros órgãos de imprensa com menos de 10 divulgações identificadas em 2015</b>	105	8,0	142	24,5
<b>Subtotal</b>	<b>1205</b>	<b>92,3</b>	<b>561</b>	<b>96,9</b>

Outros divulgadores (natureza e plataformas não OCS)	Nº de peças	%	Nº de peças	%
Blogs/Redes sociais	101	7,7	18	3,1
<b>Total</b>	<b>1306</b>	<b>100,0</b>	<b>579</b>	<b>100,0</b>

Estão registados os órgãos com mais de 10 divulgações em 2016.  
Total de divulgações identificadas na internet – N=579 (2016); N= 1306 (2015).

## 4. Os estudos eleitorais em 2016

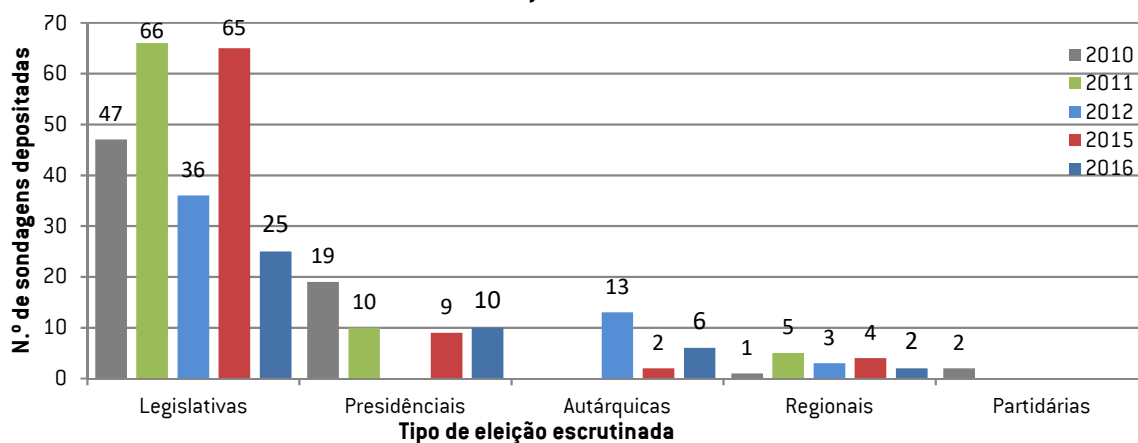
### 4.1 Características

A recolha da intenção e do sentido do voto dos eleitores foi objeto em 41 das 47 sondagens depositadas em 2016 (87,2%), proporção muito aproximada à verificada nos anos de 2011 e 2015 (86,7% e 89%).

A análise evolutiva dos depósitos por tipo de eleição perscrutada permite observar que as eleições para a Presidência da República motivaram um número de estudos semelhante nos anos eleitorais de 2011 e 2016. Contudo, observando os anos anteriores dessas eleições, 2010 e 2015, é visível a queda para metade no número de estudos sobre voto presidencial. Considerando que as eleições para Presidente da República ocorrem em janeiro é evidente concluir que o número de depósitos de sondagens que perscrutam o sentido de voto presidencial acompanha, no longo prazo, a desaceleração evidenciada pelo setor de atividade nos últimos anos.

No domínio do estudo do voto legislativo é visível uma grande diminuição no número de sondagens que versaram o voto legislativo, passando de 65 em 2015 para 25 em 2016 (o que representa um decréscimo de 61,5%). Atendendo que 2016 foi, em matéria de legislativas para a Assembleia da República, um ano pós-eleitoral, esta diminuição era já expectável, até porque as *tracking polls* realizadas em 2015 exacerbaram muito o número de estudos sobre voto legislativo, tendo-se registado mais de 30 depósitos nas duas semanas anteriores ao dia do escrutínio para o Parlamento.

**Fig.19 – Número de sondagens depositadas, por tipo de intenção de voto estudada (2010, 2011, 2015 e 2016)**

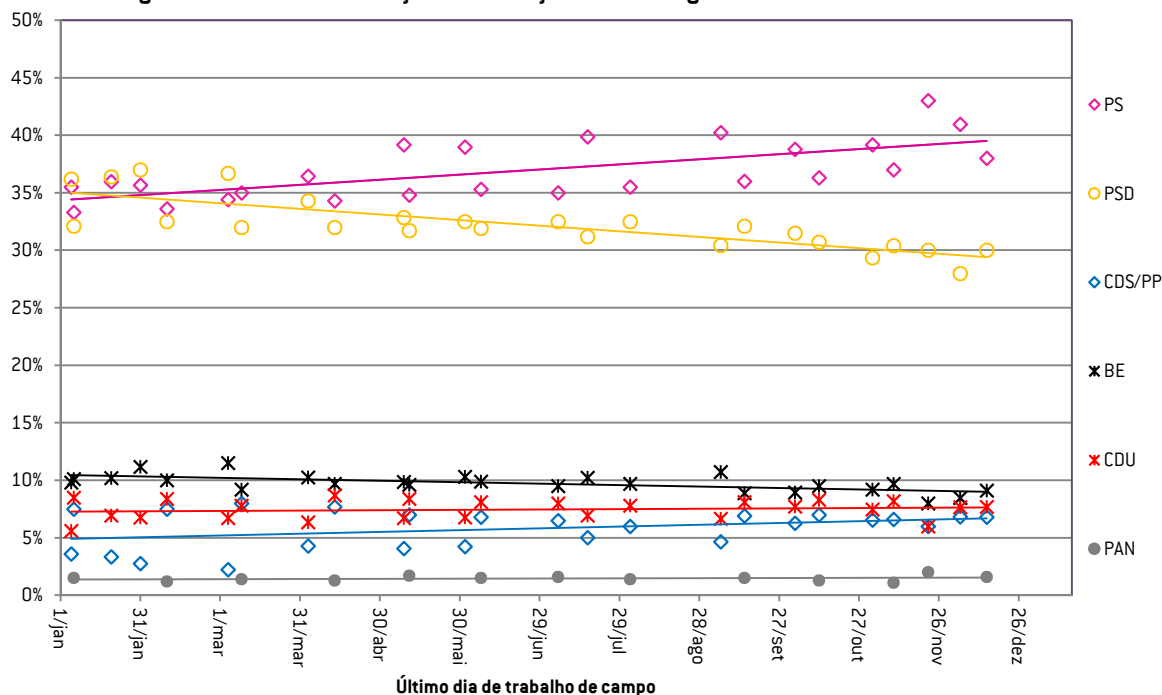


Total de depósitos N= 59 (2010); N=90 (2011); N=64 (2012); N=82 (2015); N=47 (2016).

Total de depósitos que visaram intenção e sentido do voto em eleições N=53 (2010); N=78 (2011); N=52 (2012); N=73 (2015); N=41 (2016).

Em 2016 foram depositadas em média 2,1 sondagens por mês com análise do voto legislativo. A distribuição destas sondagens ao longo do ano foi muito homogénea, fruto da manutenção dos barómetros políticos mensais realizados pela Eurosondagem e Aximage para divulgação pela SIC e Expresso, e Correio da Manhã e Jornal de Negócios, respetivamente. No total estas duas parcerias deram origem a 24 barómetros políticos. A restante sondagem que versou sobre intenções de voto legislativo foi produzida pela UCP/CESOP para a RTP, Antena 1, Jornal de Notícias e Diário de Notícias, no final de novembro, como vaga comparativa de estudos anteriores, sobretudo da vaga realizada um ano antes, em dezembro de 2015.

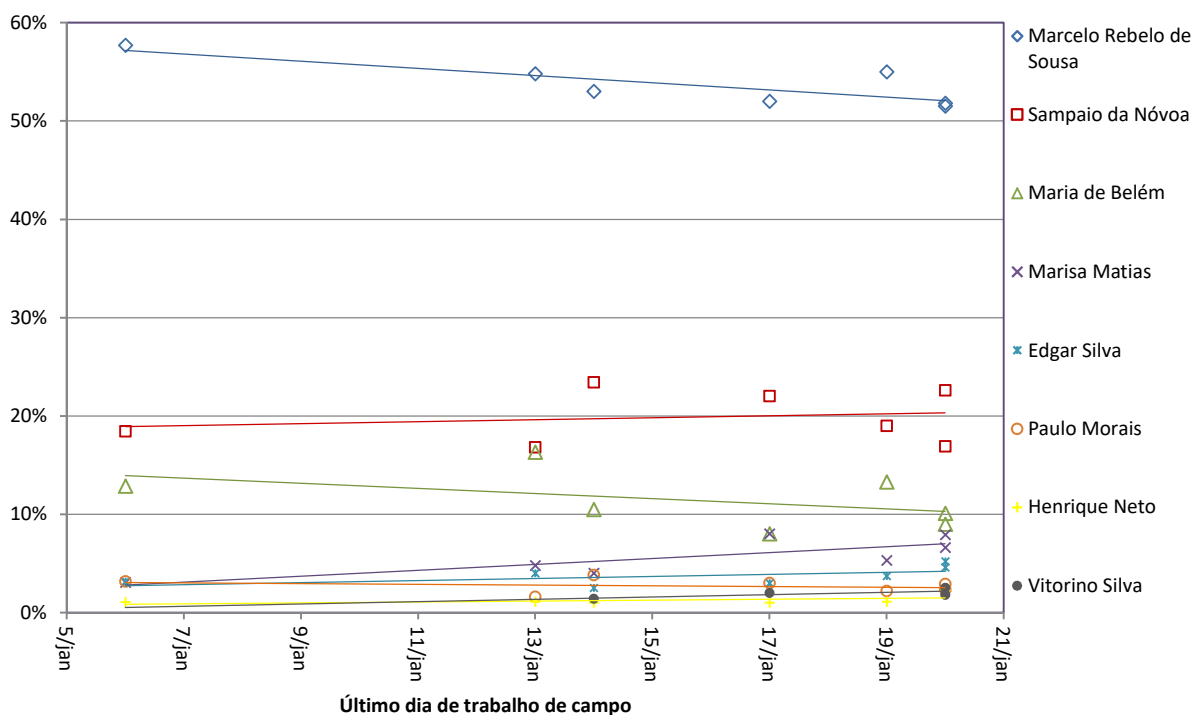
**Fig.20 – Tendência da evolução das intenções de voto legislativo no ano de 2016**



Depósitos de sondagens, com universo alvo de Portugal e Portugal Continental, que abordaram a intenção de voto em eleições legislativas: N=25 (2016).  
Os dados desta figura são projeções de intenção de voto onde se encontram excluídos os não votantes declarados e os indecisos e não respondentes.

Dos dez estudos depositados em janeiro de 2016 sobre voto presidencial, sete são de âmbito pré-eleitoral, tendo sido divulgados nas duas semanas anteriores ao dia da eleição. Foram cinco as empresas a depositar sondagens pré-eleitorais presidenciais em 2016: Eurosondagem e Aximage, ambas com dois depósitos, e UCP/CESOP, Intercampus e Consulmark2, cada uma responsável por um depósito. A contratação destas sondagens realizou-se dentro das parcerias acima identificadas, às quais se soma a parceria Intercampus / TVI / Público / TSF. A Consulmark2 é, neste particular, exceção, já que produziu o estudo para uso próprio, à semelhança do expediente por vezes utilizado pela Markttest desde 2012, ano em que deixou de ter clientes para os seus barómetros políticos.

**Fig.21 – Evolução das intenções de voto presidências em sondagens pré-eleitorais (janeiro de 2016)**



Depósitos de sondagens pré-eleitorais, com universo alvo de Portugal e Portugal Continental, que abordaram a intenção de voto em eleições presidenciais: N=7 (2016).

Os dados desta figura são projeções de intenção de voto onde se encontram excluídos os não votantes declarados e os indecisos e não respondentes. Apenas são apresentados os segmentos cujo valor percentual é  $\geq 1\%$ .

No âmbito da precisão das sondagens, o balanço dos estudos pré-eleitorais para as eleições presidenciais de 2016 é no geral positivo. É certo que se verificou alguma sobrestimação das projeções para Maria de Belém Roseira e subestimação para Marisa Matias. Todavia, é preciso ter em consideração que o trabalho de campo de alguns dos últimos estudos começou a ser realizado dez dias antes da eleição, tendo acabado sete dias antes para outros, o que, tendo em conta a realidade agitada dos últimos dias de campanha, pode explicar a dificuldade na identificação dessas tendências. Importa contudo salientar que a comparação entre as estimativas de sondagens pré-eleitorais e os resultados finais de eleições, sejam elas quais forem, é um exercício que deve ser realizado com as devidas ressalvas pois são confrontados valores que dizem respeito a duas realidades distintas: no caso das sondagens pré-eleitorais, à projeção (filtrados os abstencionistas e redistribuídos os indecisos) da intenção de voto declarada num dado momento do tempo relativamente a uma eleição que ainda não ocorreu; e, no caso dos resultados eleitorais, à contabilização dos votos expressos pelos eleitores que participaram no escrutínio. Como resulta evidente, e por maior que seja o rigor empregue para minorar os potenciais erros previstos pela própria teoria estatística, não se pode olhar para as mesmas como se se tratassem de previsões, mas sim de estimativas construídas sob determinados pressupostos que podem não se verificar no dia das eleições. No caso das sondagens realizadas 'à boca da urna' a situação é algo distinta, já que as entrevistas são realizadas junto dos locais de voto e apenas a indivíduos que já exerceram o seu direito de voto. Não é por acaso que as sondagens 'à boca da urna' evidenciam, na generalidade, maior precisão face aos resultados das eleições do que as estimativas produzidas com base em estudos pré-eleitorais. São mais precisas porque questionam o sentido de voto a quem acabou de votar e não a intenção de voto expressa num dado momento do tempo e cuja concretização no futuro é incerta. Neste particular,

os estudos de opinião das presidenciais de 2016 não são exceção, exibindo as três sondagens à boca da urna maior precisão (a média global dos desvios para os cinco candidatos mais votados foi inferior a 0,5 pontos percentuais) do que os últimos estudos pré-eleitorais apresentados por cada empresa na semana anterior às eleições.

**Fig.22– Resultados eleitorais das Presidenciais de 2016 e sondagens à boca de urna por empresa credenciada**

	Marcelo Rebelo de Sousa	António Sampaio da Nóvoa	Marisa Matias	Maria de Belém	Edgar Silva	Vitorino Silva	Paulo Morais	Henrique Neto	Jorge Sequeira	Cândido Ferreira
<b>Resultados Eleitorais</b>	52%	22,88%	10,12%	4,24%	3,95%	3,28%	2,16%	0,84%	0,3%	0,23%
<b>CESOP/UCP</b>	[49%; 54%]	[22%; 25%]	[9%; 11%]	[3%; 5%]	[3%; 5%]	[2%; 4%]	[1%; 3%]	[0%; 2%]	[0%; 1%]	[0%; 1%]
<b>Eurosondagem</b>	[50,1%;54,9%]	[21,1%; 24,8%]	[8,8%; 11,3%]	[3,3%; 4,8%]	[3%; 4,1%]	[2,6%; 3,7%]	[1,4%; 2,5%]	[0,7%; 1,4%]	[0,3%; 0,7%]	[0,3%; 0,7%]
<b>Intercampus</b>	[50,9%;55,7%]	[19,3%; 23,3%]	[8,8%; 12,4%]	[2,9%; 5,9%]	[1,9%; 4,9%]	[5,5%; 8,5%]				

Fonte: <http://www.eleicoes.mai.gov.pt/presidenciais2016/>.

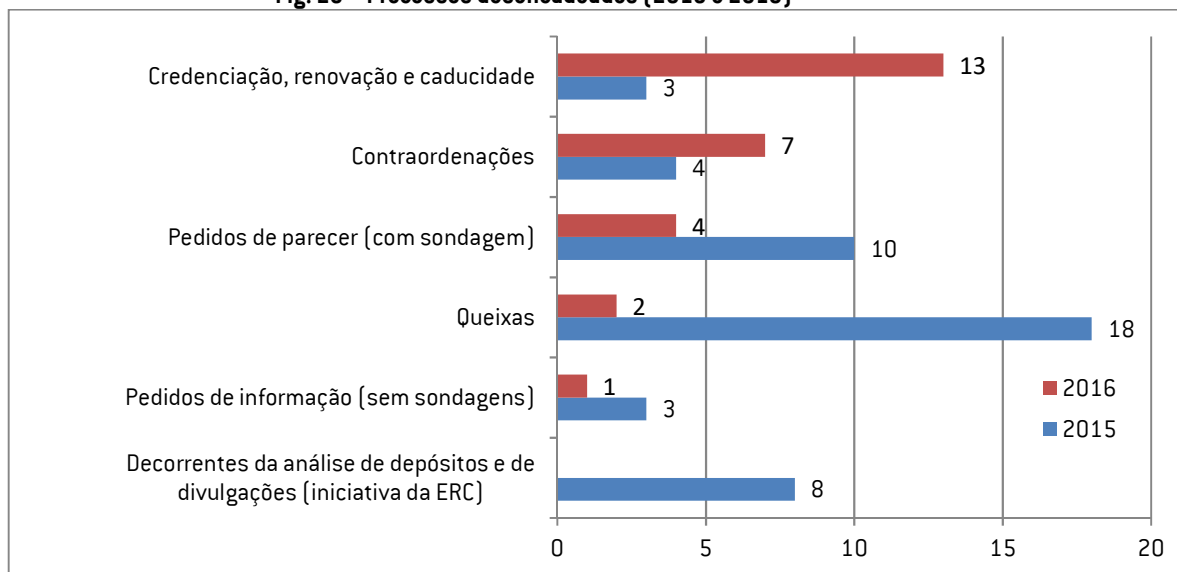
## 5. Procedimentos e deliberações<sup>6</sup>

### 5.1 Número de procedimentos desencadeados e encerrados

Em 2016 foram desencadeados 27 processos relacionados com a realização e publicação de inquéritos e sondagens de opinião, o que representa um decréscimo de 41 % face ao ano anterior. Esta diminuição no número de processos está em linha com o impacto do calendário eleitoral na atividade das sondagens, associando-se maior atividade (de depósitos, de divulgações e de queixas) às eleições legislativas, realizadas em 2015, do que às eleições presidenciais e às eleições regionais dos Açores (as últimas mesmo com um impacto praticamente inexpressivo na atividade do setor) ocorridas em 2016. Importa ainda dizer, que como a data do escrutínio para a Presidência da República se fixou no primeiro mês do ano, parte da atividade de sondagens (depósitos, divulgações e processos) relacionada com as eleições presidenciais ocorreu e foi contabilizada no ano de 2015. Não é por isso de estranhar uma grande queda em 2016 nos números das 'Queixas' (apenas duas contra as 18 entradas no ano transato), dos 'Pedidos de parecer (relativos a sondagens)' (quatro face aos 10 registados em 2015) e dos procedimentos oficiosos 'Decorrentes da análise dos depósitos e divulgações' de sondagens (ausência de abertura em 2016). Em sentido contrário, aumentaram em 2016 os procedimentos relativos à 'Credenciação, renovação e caducidade' das licenças para realização de sondagens (13, acumulando mais uma dezena face ao ano anterior) e à instauração de procedimentos de 'Contraordenações' (sete, mais três do que em 2015).

<sup>6</sup> A análise envolve o conjunto de averiguações desencadeadas ou finalizadas na ERC em 2016 no âmbito da aplicação da Lei n.º 10/2000 (acompanhamento dos depósitos e das divulgações de sondagens, credenciações, queixas, pedidos de esclarecimento, orientações e contraordenações, entre outros). Face aos Relatórios de Regulação anteriores a 2012, é de salientar a inclusão dos procedimentos e decisões de natureza contraordenacional no universo considerado, informação anteriormente ausente por não estar devidamente tratada e sistematizada. Dada esta alteração metodológica, os dados apresentados nos Relatórios de Regulação posteriores a 2012, relativamente aos processos, deliberações e atos deliberatórios registados entre 2006 e 2011, podem não coincidir com os dados reportados nos relatórios anteriores.

**Fig. 23 – Processos desencadeados (2015 e 2016)**



Processos desencadeados no âmbito das sondagens: N=46 (2015); N=27 (2016).

Foram encerrados, em 2016, um total de 47 procedimentos, dos quais 18 foram desencadeados no próprio ano, 17 transitados de 2015 e seis iniciados *ex aequo* nos anos de 2014 e 2013 (v. Anexo Fig. A9). De salientar que dois terços dos processos transitados dos anos de 2013 e 2014 e encerrados em 2016 são de âmbito contraordenacional. A taxa de conclusão dos processos iniciados no próprio ano fixou-se em 67 %.

À semelhança de anos anteriores, a ERC procurou atuar dentro de uma lógica preventiva e pedagógica, agindo sempre que possível junto dos regulados, no sentido de fazer compreender e respeitar as regras aplicáveis à área dos estudos de opinião. De resto, e tal como no passado, os serviços do Departamento de Análise de *Media* da ERC mantiveram ativos os canais de comunicação para esclarecimentos e apoio aos produtores e difusores de sondagens.

Em 2016 registaram-se 27 deliberações relativas à área das sondagens, correspondentes a 30 atos deliberatórios, verificando-se três deliberações que se dirigem a mais do que um visado. Face a 2015, o número de atos deliberatórios diminuiu em cerca de um quinto (21 %) face ao registado no ano anterior (passando de 38 para 30 atos em 2016). O decréscimo no número de atos deliberatórios só não foi maior, na proporção do abrandamento do setor de atividade (e lembre-se que o menor volume de depósitos da última década se registou em 2016), porque mais de metade das entidades credenciadas, dada a aproximação do prazo de caducidade da sua credenciação, requereram a renovação da sua licença para a realização de sondagens.

É de destacar que a maioria dos atos deliberatórios emanados do Conselho Regulador da ERC, em 2016, versa sobre o cumprimento das regras de realização ou publicação de sondagens (17 de um total de 30). No domínio das licenças para a realização de sondagens são contabilizadas 13 decisões, o que contrasta com as quatro registadas no ano anterior. A natureza das decisões, onde se apreciou o cumprimento das regras de realização ou publicação de sondagens, foi predominantemente condenatória (14 de um total de 17 decisões), destacando-se, no caso particular dos procedimentos contraordenacionais, a aplicação da admoestação como sanção (seis decisões num total de oito casos), o que atesta a aposta na atuação pedagógica.

**Fig. 24 – Natureza dos atos deliberatórios, segundo a resolução final (2006 a 2016)**

		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Total	
<b>Condenatórios</b>	<b>Admoestação</b>	--	--	--	--	--	6	1	5	4	14	6	<b>36</b>	
	<b>Contraordenação</b>	--	--	--	--	--	--	--	--	--	4	5	<b>9</b>	
	<b>Instar</b>	2	5	15	3	9	13	7	5	1	--	1	<b>61</b>	
	<b>Instar e Contraordenação</b>	1	3	3	8	4	7	5	19	2	1	1	<b>54</b>	
	<b>Aplicação de coima</b>	--	--	--	--	--	--	--	--	3	4	1	<b>8</b>	
	<b>Instar e Retificar</b>	--	1	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	<b>1</b>
	<b>Instar, Retificar e Contraordenação</b>	--	1	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	<b>1</b>
<b>Não condenatórios</b>	<b>Arquivados</b>	1	3	2	2	6	3	2	--	2	9	3	<b>33</b>	
	<b>Comunicação à entidade competente</b>	--	--	--	--	--	1	--	--	--	--	--	<b>1</b>	
<b>Aprovadas (relativas a credenciações)</b>		2	17	10	3	12	2	4	14	1	4	13	<b>82</b>	
<b>Suspensivos</b>		--	--	--	--	--	--	--	2	--	--	--	<b>2</b>	
<b>Orientações*</b>		--	2	2	2	--	--	--	--	--	2	--	<b>8</b>	
<b>Total</b>		<b>6</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>18</b>	<b>31</b>	<b>32</b>	<b>19</b>	<b>45</b>	<b>13</b>	<b>38</b>	<b>30</b>	<b>266</b>	

\* Denominam-se “orientações” as deliberações do CREG relacionadas com procedimentos genéricos relativos à interpretação e aplicação da Lei das Sondagens, como sejam, entre outras, as referentes aos atos eleitorais ou mesmo na adoção de um novo modelo de Ficha Técnica.



## Glossário

Âmbito geográfico das amostras	Nacional - sondagens realizadas em todo o território nacional, incluindo as Regiões Autónomas; Continente - sondagens realizadas em Portugal continental; Regional - sondagens realizadas nas Regiões Autónomas (Madeira ou Açores); Local - sondagens de âmbito concelhio; Lisboa e Porto - sondagens realizadas nas áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto; Lista - sondagens realizadas junto de grupos específicos da população.
Depósito de sondagem	Sondagem enviada à ERC pela empresa credenciada, antes da sua divulgação, ao abrigo da Lei n.º 10/2000.
Divulgações identificadas	Peça noticiosa que consubstancia a divulgação de determinada sondagem previamente depositada na ERC.
Métodos de recolha de informação	Telefónico - método de recolha por telefone ou telemóvel; Painel Telefónico - método em que a recolha de informação é feita por telefone ou telemóvel junto de um sub-universo da amostra, previamente selecionado e de inquirição regular; Boca da Urna - método de recolha realizado em dia de ato eleitoral, com replicação do voto em urna selada; Pessoal - sondagens realizadas por entrevista direta e pessoal; Urna - método de recolha de informação semelhante à Boca da Urna, mas sem ser em dia de ato eleitoral; Postal - estudos com entrega e receção dos questionários por via postal; <i>E-mail</i> - estudos com seleção e consulta aos inquiridos através de listagens de correio eletrónico; Internet - estudos realizados <i>online</i> através do acesso a um portal localizado na internet.
Métodos de seleção das amostras	Aleatório - método de seleção em que cada membro do universo (ou sub-universo) tem igual probabilidade de ser escolhido para participar na sondagem. Pode ser concretizado de diversas formas, não estando no âmbito deste relatório o seu detalhe; Quotas - método de seleção que define aprioristicamente o número de indivíduos a inquirir num conjunto definido de variáveis estratificadas.
Sondagem divulgada	Sondagem que, tendo sido depositada na ERC ao abrigo da Lei n.º 10/2000, é objeto de divulgação pública.
Tipo de suporte	Imprensa – órgãos de imprensa, jornais diários, semanários e revistas, generalistas ou temáticos, de âmbito nacional ou regional/local; Rádio – órgãos de radiodifusão, nacionais ou locais; Televisão – serviços de programas, generalistas ou temáticos; Internet – portais da internet dos órgãos tradicionais de imprensa, rádio e televisão, órgãos exclusivos com divulgação pela internet.

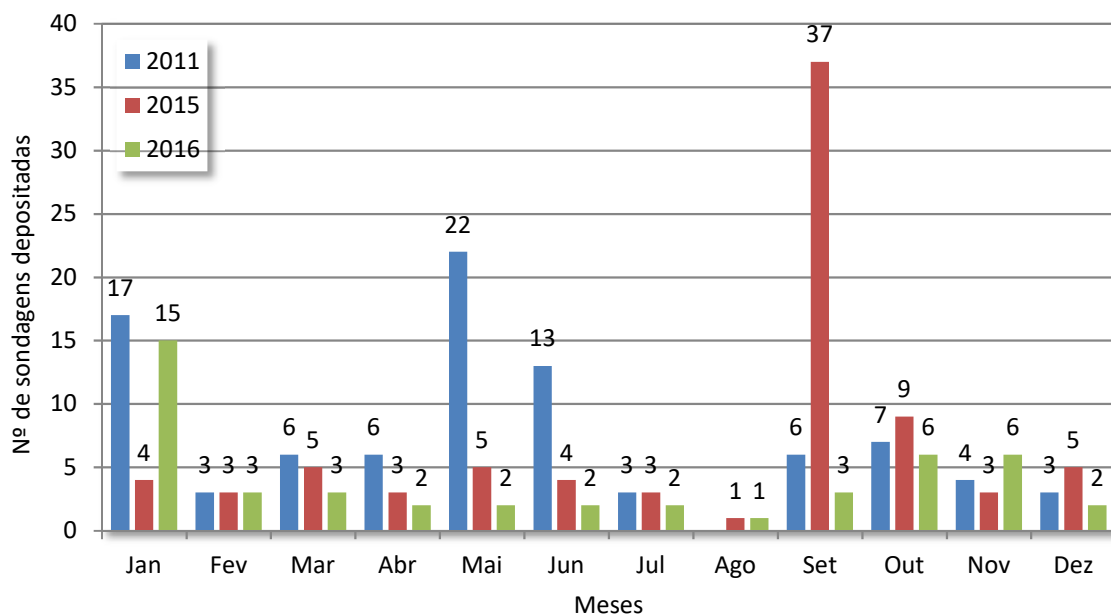
## Anexos

**Fig. A1 – Número de sondagens depositadas pelas cinco empresas com mais depósitos (2006 a 2016)**

Ranking de depósitos por ano e empresa	1º	2º	3º	4º	5º	Acumulado das 5 empresas com mais depósitos	% em relação ao total de depósitos	Depósitos das restantes empresas	N.º de empresas com sondagens depositadas
2016	Eurosondagem 19	Aximage 12	IPOM 6	UCP 4	Intercampus 2	43	91,5%	4	9
2015	Eurosondagem 22	UCP 18	Intercampus 16	Aximage 15	GTripto 3	74	90,2%	8	11
2014	Eurosondagem 26	Aximage 17	Pitagórica 6	UCP 5	Intercampus 1 <sup>7</sup>	55	94,8%	3	8
2013	Eurosondagem 82	IPOM 22	Aximage 15	Pitagórica 15	UCP 11	145	81,0%	34	14
2012	Eurosondagem 24	Aximage 14	Markttest 8	UCP 4	Pitagórica 4	54	84,4%	10	12
2011	Eurosondagem 35	Intercampus 17	Aximage 14	Markttest 10	UCP 10	86	95,6%	4	9
2010	Eurosondagem 18	Aximage 14	Markttest 11	Intercampus 7	UCP 3	53	89,8%	6	9
2009	Intercampus 49	Eurosondagem 48	Aximage 23	IPOM 20	Markttest 19	159	81,1%	37	13
2008	Intercampus 24	Eurosondagem 22	Aximage 21	Markttest 12	UCP 5 <sup>8</sup>	84	79,2%	18	12
2007	Eurosondagem 35	Aximage 27	Markttest 14	Intercampus 11	UCP 11	98	79,0%	26	16
2006	Markttest 25	Aximage 23	Eurosondagem 22	Intercampus 6	UCP 6	82	82,8%	17	14

Depósitos N=99 (2006); N=124 (2007); N=102 (2008); N=196 (2009); N=59 (2010); N=90 (2011); N=64 (2012); N=179 (2013); N=58 (2014); N=82 (2015); N=47 (2016).

**Fig. A2 – Depósitos de sondagens por mês (2011, 2015 e 2016)**



Total de depósitos N=90 (2011); N=82 (2015); N=47 (2016).

<sup>7</sup> Domp, Ipsos e Metris também fizeram um depósito em 2014, tendo sido o destaque dado à Intercampus no *top* das cinco empresas com maior número de sondagens publicadas, determinado pelo volume do seu histórico.

<sup>8</sup> Domp e GTripto também fizeram cinco depósitos em 2008. O destaque dado à UCP no *top* das cinco foi determinada pelo volume do seu histórico.

**Fig. A3 – Clientes registados nas sondagens depositadas (2015)**

Tipo de cliente	Clientes de sondagens	n	Tipo de cliente	Clientes de sondagens	n
<b>Órgãos de comunicação social nacionais (83,3 % do total)</b>	SIC	15	<b>Órgãos de comunicação social regionais (8,3 % do total)</b>	O Regional	3
	Expresso	14		O Progresso de Paredes	2
	Jornal de Negócios	12		Açoriano Oriental	1
	Correio da Manhã	12		Labor	1
	RTP	4	<b>Partidos e Forças Políticas (1,2 % do total)</b>	PSD	1
	RDP/Antena 1	3			
	Público	2	<b>Outros (4,8 % do total)</b>	AHRESP	1
	TSF	2		Câmara Municipal da Batalha	1
	TVI	2		Instituto Europeu da Faculdade de Direito de Lisboa	1
	Diário de Notícias	2		Josué Cândido Ferreira	1
	Jornal de Notícias	2	<b>Entidades Credenciadas (2,4 % do total)</b>	Consulmark2	1
				Marktest	1

Total de clientes distintos N= 22 (2016); Total de depósitos N=47 (2016); Total de clientes referenciados em depósitos N =84 (2016).

**Fig. A4 – Principais temas abordados pelas sondagens em 2016**

<b>Grupo temático</b>	<b>Referências temáticas</b>	<b>Depósitos</b>	<b>(%)</b>
<b>Grupo 5 - Intenção e sentido do voto</b>	Voto legislativo	25	53,2
	Voto presidencial	10	21,3
	Voto autárquico	6	12,8
	Intenção de ir votar	4	8,5
	Voto regional	2	4,3
	Voto anterior	2	4,3
<b>Grupo 3 - Avaliação dos órgãos e atores políticos</b>	Imagem do Presidente da República	24	51,1
	Imagem dos líderes partidários	22	46,8
	Imagem do Primeiro-Ministro	18	38,3
	Imagem do Governo	12	25,5
	Imagem do Parlamento	11	23,4
	Imagem dos Tribunais	11	23,4
	Imagem do Ministério Público (PGR)	11	23,4
	Imagem dos Ministros	10	21,3
	Imagem da atividade autárquica	3	6,4
	Imagem de candidatos a órgãos de poder local (inclui candidatos potenciais)	3	6,4
	Balanço do mandato presidencial	2	4,3
	Balanço comparado da ação governativa	2	4,3
	Imagem Presidentes de Câmara	2	4,3
	Imagem de membros de partidos	2	4,3
	Balanço comparado entre mandatos presidenciais	1	2,1
	Imagem de candidatos presidenciais (inclui candidatos potenciais)	1	2,1

	Balanço da ação governativa	1	2,1
	Imagem de outros membros do Governo	1	2,1
	Imagem de antigos Primeiros-Ministros	1	2,1
	Imagem de deputados	1	2,1
	Parlamentos Regionais	1	2,1
<b>Grupo 1 - Atividade dos órgãos constitucionais e dos seus representantes</b>	Expectativas em relação à ação governativa	14	29,8
	Políticas Fiscais/Financeiras	11	23,4
	Expectativas em relação à atividade da Presidência da República	8	17,0
	Ação governativa	4	8,5
	Políticas Económicas	4	8,5
	Políticas de Defesa e Segurança	3	6,4
	Políticas para a Educação	3	6,4
	Relação da Presidência da República com o Governo	2	4,3
	Orçamento de Estado	2	4,3
	Políticas de Administração Interna	2	4,3
	Organização e funcionamento do Governo	2	4,3
	Expectativas em relação à governação autárquica	2	4,3
	Intervenção nos domínios político, económico e social	1	2,1
	Confiança na ação governativa	1	2,1
	Políticas de Administração Pública	1	2,1
	Políticas Laborais	1	2,1
	Políticas para a Saúde	1	2,1

	Políticas para a Segurança Social	1	2,1
	Relação do Governo com os Partidos Políticos	1	2,1
	Comissões Parlamentares	1	2,1
	Atividade legislativa	1	2,1
	Confiança na atividade da Assembleia da República	1	2,1
	Balanço da governação autárquica	1	2,1
	Políticas locais da autarquia	1	2,1
	Qualidade e eficácia dos serviços autárquicos	1	2,1
	Questões/problemas locais/concelhios	1	2,1
	Relações das autarquias com instituições políticas	1	2,1
	Balanço comparado de governações autárquicas	1	2,1
	Outros órgãos constitucionais - BdP	1	2,1

**Fig. A5 – Grupos temáticos e temas abordados pelas sondagens em 2016**

Grupos temáticos	Depósitos		Temas	Depósitos	
	N	%		N	%
Grupo 1 - Atividade dos órgãos constitucionais e dos seus representantes	26	55,3	Presidência da República	9	19,1
			Governo	23	48,9
			Assembleia da República	2	4,3
			Órgãos de poder local	3	6,4
			Outros órgãos constitucionais	1	2,1
Grupo 2 - Competências e organização dos órgãos	9	19,1	Governo	8	17,0
			Assembleia da República	2	4,3

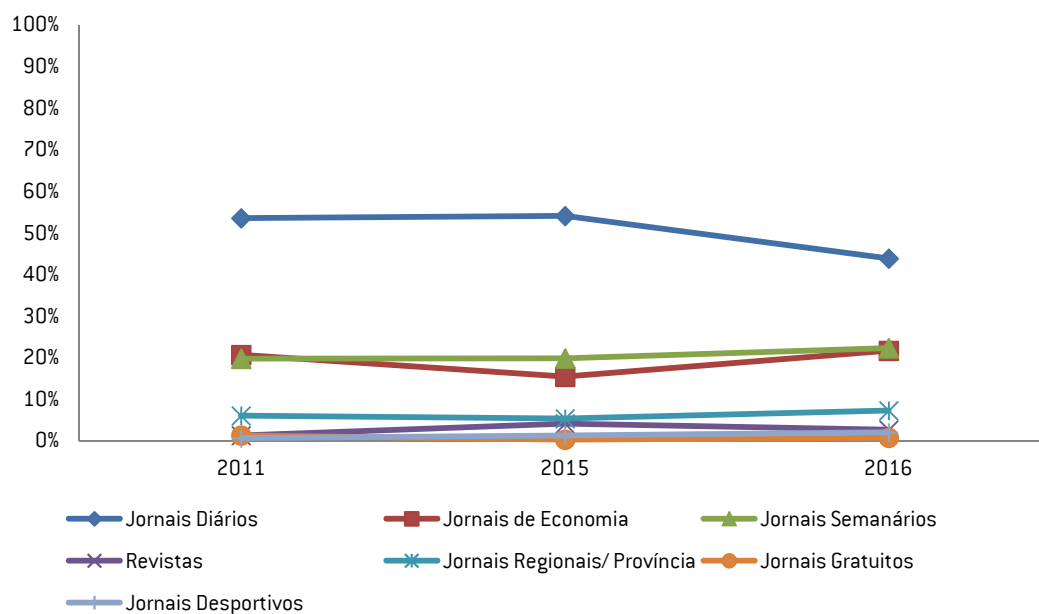
constitucionais e dos seus representantes			Outros órgãos constitucionais	1	2,1
Grupo 3 - Avaliação dos órgãos e atores políticos	32	68,1	Presidência da República	24	51,1
			Governo	24	51,1
			Assembleia da República	12	25,5
			Poder Local	7	14,9
			Parlamentos Regionais	1	2,1
			Tribunais	11	23,4
			PGR	11	23,4
Grupo 4 - Atividades e organização dos partidos políticos	19	40,4	Partidos Políticos	22	46,8
			Funcionamento e organização interna	11	23,4
			Atividades dos partidos políticos	15	31,9
Grupo 5 - Intenção e sentido do voto	41	87,2	Atividades e organização de forças políticas	1	2,1
			Órgãos Constitucionais	41	87,2
Grupo 6 - Cenários e representações relacionadas com escrutínios	17	36,2	Comportamento eleitoral	4	8,5
			Antecipação de eleições	2	4,3
			Avaliação de debates políticos	2	4,3
			Cenários Eleitorais	5	10,6
			Expectativas eleitorais	1	2,1
			Perfil de titulares de OCs, PP e FP	8	17,0
			Previsão de resultados eleitorais	1	2,1
Grupo 7 - Sistema político	2	4,3	Referendos (discussão à volta)	2	4,3
			Campanhas eleitorais	1	2,1
Grupo 8 - Outros temas relacionados com órgãos constitucionais	10	21,3	Constituição da República Portuguesa	1	2,1
			Assuntos da União Europeia (Política)	2	4,3
			Assuntos Internacionais	4	8,5
			Economia, Finanças e Negócios	8	17,0
Grupo 9 - Temas dos estudos que não estão no âmbito da Lei das Sondagens	3	6,4	Ordem interna (inclui forças policiais, proteção civil, etc.)	2	4,3
			Fora do âmbito da Lei das Sondagens	3	6,4

**Fig. A6 – Ranking das 10 sondagens mais divulgadas**

Nome	Entidade Responsável	Número de divulgações	N.º de divulgadores	Nº. de dias em divulgação	Objeto principal	Data do depósito	n.º depósito
Sondagem Política de novembro de 2016	UCP/CESOP	234	41	10	Recolha de informação sobre questões sociais e políticas da actualidade.	24-11-2016	2016044
Sondagem Pré Eleitoral - Presidenciais 2016	Intercampus	91	14	3	Realização de uma sondagem, com o objetivo de conhecer a opinião dos Portugueses sobre diversos temas da política nacional incluindo a intenção de voto para as próximas eleições Presidenciais 2016.	21-01-2016	2016012
Sondagem com simulação de voto em urna - Presidenciais 2016	UCP/CESOP	86	15	2	Recolha de informação sobre intenção de voto nas eleições presidenciais de 24 de janeiro	21-01-2016	2016010
Presidenciais Janeiro 2016	Eurosondagem	70	20	7	Conhecer a intenção de voto, em eleições Presidenciais, dos cidadãos com mais de 18 anos de idade e residentes em Portugal Continental	14-01-2016	2016005
Eleições Presidenciais 2016 - Boca da Urna	UCP/CESOP	62	32	2	Recolha de informação sobre comportamento de voto nas eleições presidenciais de 2016.	24-01-2016	2016013
Presidenciais 2016 - Boca de urna	Intercampus	62	28	2	Realização de uma Previsão Eleitoral para as Eleições Presidenciais de 24 de Janeiro 2016.	24-01-2016	2016015
Barómetro Político de Setembro 2016	Eurosondagem	61	22	4	Conhecer a intenção de voto, em eleições legislativas, dos cidadãos com mais de 18 anos de idade e residentes em Portugal Continental, bem como a sua opinião sobre a atuação do Presidente da República, líderes partidários.	15-09-2016	2016032
Boca das Urna / Presidenciais 2016	Eurosondagem	53	32	2	Prever os intervalos da votação nos candidatos a Presidente da República, com base na recolha de informação à boca da urna.	24-01-2016	2016014
Presidenciais 2016	AXIMAGE	52	14	4	Intenção de voto legislativo, intenção de voto nas presidenciais.	21-01-2016	2016011
Barómetro Político de Novembro 2016	Eurosondagem	47	10	4	Conhecer a intenção de voto, em eleições legislativas, dos cidadãos com mais de 18 anos de idade e residentes em Portugal Continental, bem como a sua opinião sobre a atuação do Presidente da República, líderes partidários.	10-11-2016	2016042

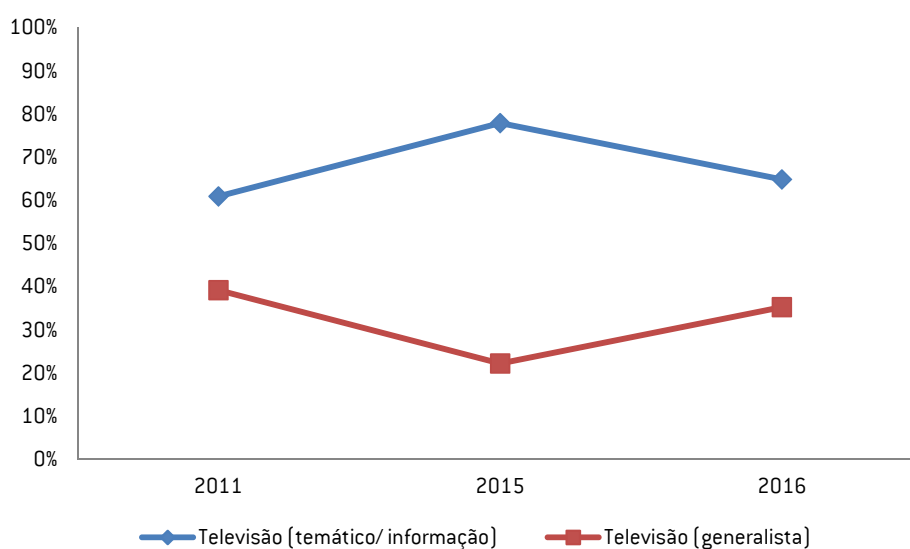


**Fig. A7 – Número de peças noticiosas segundo o tipo de órgão de imprensa (2011, 2015 e 2016)**



Total de peças noticiosas sobre sondagens identificadas na imprensa N=340 (2011); N=415 (2015); N=153 (2016).

**Fig. A8 – Número de peças noticiosas segundo o tipo de televisão (2011, 2015 e 2016)**



Total de peças noticiosas sobre sondagens identificadas nos canais televisivos N=1533 (2011); N= 1413 (2015); N= 571 (2016).

**Fig. A9 – Processos encerrados em 2016 por tipo e ano de abertura**

ANO	2013	2014	2015	2016	Total
Credenciação, renovação e caducidade				13	13
Queixas	1	2	10	1	14
Contraordenações	5	3	1		9
Pedidos de informação (sem sondagens)				4	4
Decorrentes da análise de depósitos e de divulgações (iniciativa da ERC)		1	5		6
Pedidos de parecer (com sondagem)			1		1
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>47</b>

# RADIODIFUSÃO SONORA

## PLURALISMO E DIVERSIDADE NO SERVIÇO PÚBLICO DE RADIODIFUSÃO SONORA

### ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO PÚBLICA – ANTENA 1, ANTENA 2 E ANTENA 3 (2016)

#### I. NOTA INTRODUTÓRIA

O atual capítulo apresenta uma análise das grelhas de programação emitidas em 2016 pelos três serviços de programas do serviço público de radiodifusão sonora – *Antena 1*, *Antena 2* e *Antena 3*.

A análise visa caracterizar a programação oferecida por estes três serviços de programas, observando em particular a diversidade e o pluralismo patentes nas respetivas grelhas de emissão à luz da missão que o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão (CCSPRT) confia à RTP.

O CCSPRT em vigor tem por pedra basilar o princípio de absoluta complementaridade da programação dos principais serviços de programas da rádio pública. Neste sentido, tendo em consideração as características e públicos-alvo definidos para cada um deles, as obrigações a observar pela concessionária<sup>1</sup> devem ser observadas globalmente, encontrando-se as especificidades de cada um dos serviços de programas associadas ao seu público-alvo.

Assim, é expectável que os três principais serviços de programas de rádio apresentem conteúdos diversos entre si, respondendo às exigências que lhes são impostas contratualmente pelo Estado.

#### II. RESUMO DOS RESULTADOS

##### A. Dados Gerais

Em 2016, o conjunto da emissão de rádio de serviço público resultou em 25115 horas de programação, cabendo à *Antena 2* a maior porção, enquanto *Antena 1* é o serviço com menor tempo total de emissão anual, tal como consta da figura abaixo.

**Fig. 18 Duração total da programação de cada serviço de programas (2016)**

Serviço de programas	Duração( hh:mm:ss)
Antena 1	8166:33:53
Antena 2	8688:17:51
Antena 3	8260:02:53
Total	25114:54:37

<sup>1</sup> Cf. Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 16.<sup>a</sup> - Ações a Desenvolver em Matéria de Programação, disponível em <http://www.erc.pt/download/YToyOntz0jg6lmZpY2hlaXJvIjtz0jM50iJtZWRpYS9maWN0ZWllyb3Mvb2JqZWNOb19vZmZsaW5lZlE4MC5wZGYiO3M6NjoidGI0dWxvIjtz0jUw0iJjB250cmF0by1kZS1jb25jZXNzYW8tZG8tc2Vydmljby1wdWJsaWNvLWRILXJhZGlvLSI7fQ==/contrato-de-concessao-do-servico-publico-de-radio->

As grelhas de programação dos três serviços de programas da rádio pública apresentam-se com escassas similitudes. Ora, saindo reforçada no espírito do CCSPT a complementaridade entre os três serviços disponibilizados.

Em todos os serviços de programas a **música é a categoria que predomina na programação**, sobretudo nos serviços de programas **Antena 2** e **Antena 3** em que a *música* assume especial relevância, representando **quatro quintos da duração total** da programação do ano, respetivamente 81,8% e 83,0% em cada um deles. Em contraste, a **Antena 1** apresenta muito menor percentagem de *música* no total da sua programação (**40,1%**), mas ainda assim esta categoria lidera a tabela de *géneros* que difunde.

Mas esta consonância não vai além da macrocategoria mais relevante, já que os estilos musicais e a natureza da programação em geral divergem grandemente.

Apesar do grande predomínio dos conteúdos de *música*, sobretudo nas *Antena 2* e *3*, estes serviços de programas emitem estilos musicais e estruturas de programas diferenciados, desde logo porque a *Antena 2* privilegia a música clássica e erudita acolhendo também programas sobre a eletrónica, jazz e blues e a obra dos artistas consagrados do século XX, ao passo que a *Antena 3* dirige a sua programação aos mais jovens, refletindo nos conteúdos os estilos de vida desta faixa da população. Já a *Antena 1* dedica atenção à música portuguesa, sobretudo de raiz tradicional.

A diversificação da oferta programática dos três serviços de programas mostra-se consonante com as exigências do CCSPT, no sentido de cada um se dirigir a públicos específicos, traduzindo a complementaridade do conjunto do serviço público de rádio, em que pertence à *Antena 1* a oferta mais eclética.

## **B. Antena 1**

A **Antena 1 emite programas de seis categorias**, sendo que a **informação** secunda a já aludida **música**, seguindo-se a distância considerável a programação de cultura e conhecimento. Em conjunto, estes três *géneros* totalizam quatro quintos (82,1%) da emissão deste serviço de programas.

Considerando os 31 *géneros* em que se desdobram as macro-categorias mencionadas acima, a *Antena 1* apresenta 28. Nas três primeiras posições figuram dois géneros pertencentes à categoria **música: música de continuidade (28,8%)**, com perto de 2355 horas de emissão, e **programas de música (9,5%)** com 776 horas emitidas, respetivamente a primeira e a terceira posições. Os **noticiários (14,7%)** apresentam-se entre ambos, em quantidade de tempo de emissão, somando mais de 1196 horas em 2016.

Os programas que compõem as grelhas da *Antena 1* encontram-se polarizados em torno de duas *funções: entreter e informar*. A **primeira ocupa quase metade (49,6%)** do tempo total, com cerca de praticamente 4050 horas de emissão. Em segundo lugar, e com grande proximidade, **informar** totaliza **46,1%** da duração anual dos programas emitidos em 2016. *Formar* (2,2%) e *promover/divulgar* (2,1%) atingem proporções semelhantes, separando-os apenas cerca de nove horas no total anual registado por cada uma destas *funções*. Esta última figura apenas na *Antena 1*.

A análise da presença das categorias de programas em cada um dos períodos do dia remete para uma prevalência da **música de continuidade com a exceção do bloco horário das 10h-11h59**. Nesta faixa horária destaca-se o conteúdo informativo *antena aberta* (24,2%).

### C. Antena 2

A *Antena 2*, por seu lado, apresenta os programas **culturais/conhecimento** (15,0%) em segundo lugar somando mais de 1300 horas de emissão e, a grande distância, os **informativos** (2,9%) no terceiro posto, com 253 horas contabilizadas. Ambos revelam grande intervalo em relação à primeira categoria (**música**). Estes três *géneros* totalizam 99,8% da programação deste serviço de programas, deixando escassa duração para os *institucionais/religiosos* e de *entretenimento*. A *Antena 2*, com a menor diversidade de géneros dos três serviços de programas – 15 de uma grelha de 31 –, tem nas três categorias do género **música** as mais prevaletentes na emissão: as 3520 horas de **música de continuidade** correspondem a dois quintos da sua programação (40,5%). Os **programas de música** preenchem mais de um quarto (28,5%) das 8720 horas emitidas. A transmissão de **espetáculos**, em terceiro lugar, atinge 12,8% da duração total.

A **música de continuidade** prevalece em quatro dos seis intervalos horários, excetuando na segunda metade da tarde (17h-19h59m) e à noite (20h-22h59m), sendo os **espetáculos** mais valorizados em ambos os períodos (44,0% e 62,0%, respetivamente).

A programação da *Antena 2* tem como função por excelência **entretener**, a qual está presente em 68,6% da duração total dos conteúdos difundidos em 2016, ultrapassando as 5960 horas. **Informar** aumentou a sua proporção face ao ano anterior e representa 29,8% (2589:52:56) das horas emitidas pela *Antena 2*, enquanto **formar** não vai além de 138 horas (1,6%). Saliente-se que quase metade do tempo garantido à *função informar* corresponde a programas culturais e de conhecimento, sobre várias expressões artísticas, entre elas a música, e também ciência e tecnologia, literatura e património (47,5%). Este aspeto vai ao encontro do estatuído no CCSPT, nomeadamente a necessidade de este serviço da rádio pública transmitir obras musicais, mas também divulgar a música como arte, o que não se cumpre unicamente pela sua difusão.

### D. Antena 3

A *Antena 3* emite programas pertencentes a **cinco géneros**, sendo a **música** o tipo de conteúdos claramente dominante, seguida do **entretenimento e dos programas de cultura/conhecimento**. A soma da duração destes três géneros principais representa a quase totalidade (97,2 %) das horas emitidas por este serviço de programas.

Este serviço de programas incluiu na sua programação 18 *géneros* de uma grelha de 31. Destes, a **música de continuidade** e os **programas de música** destacam-se, respetivamente, no primeiro e no segundo lugares em termos de horas de emissão. O terceiro *género* mais importante, a distância assinalável, é **talk show**.

A **música de continuidade** predomina em quatro dos seis períodos horários, sobretudo no período entre as 12h e as 16h59, em que supera dois terços do volume horário total. Em todas estas faixas horárias, o género é seguido pelos **programas de música**. Nos dois períodos horários da noite (20h-22h59 e 23h-05h59) estes assume a posição de destaque em termos de volume horário, trocando posição com a **música de continuidade**.

A *função entretener* é a mais expressiva no total de horas de programação emitidas pela *Antena 3*, em 2016, com mais de nove em cada dez horas de emissão. Esta *função* está concentrada nos géneros **música de continuidade** e **programa de música** que, somados, representam 88,5 % do tempo total da *função*.

**Informar** é a segunda função mais saliente na *Antena 3*, com 762 horas de emissão, aproximando-se de um décimo da programação total. *Artes e media e programa de música* são os géneros predominantes nesta *função*.

A função **formar** tem uma presença residual nas grelhas da *Antena 3*, com 25 horas contabilizadas em 2016, correspondentes aos programas “A Hora do Sexo” e “Em Nome do Ouvinte”.

## E. Tecnologia e inovação

Os três serviços de programas da concessionária do serviço público de rádio acompanham as inovações tecnológicas e encontram-se disponíveis a partir do portal da Rádio e Televisão de Portugal, nos respetivos sítios na internet e também nas redes sociais.

Em cumprimento da alínea g) da cláusula 4.<sup>a</sup> do CCSPRT, a *Antena 1* encontra-se *online* através do sítio <http://www.rtp.pt/antena1/>, com emissão online em direto, programação *on demand* atualizada à última edição de cada programa e *podcasts*. Destaca na sua página conteúdos de informação, em constante atualização. A *Antena 1* mantém também presença nas redes sociais *Twitter* e no *Facebook*.

Na *Antena 2* o caso é muito similar, encontrando-se online através do sítio <http://www.rtp.pt/antena2/>, que disponibiliza a emissão em direto, informação sobre as grelhas de programação, o concurso para jovens músicos, a par dos *podcasts* de vários programas do operador. Através do RTP Play, acede-se a programação *on demand*, e do canal *Ópera*, a uma web rádio. Em “Fora de Portas”, a *Antena 2* publica a agenda cultural, com predomínio de concertos e festivais de música (nacionais e internacionais) que transmite. Em “+Antena2” acede-se a um arquivo de vídeos de concertos, argumentos e letras de canções. Na homepage estão as ligações para as redes sociais *Twitter* e *Facebook*.

A *Antena 3* tem presença *online* através do sítio <http://media.rtp.pt/antena3/>, onde disponibiliza emissão em direto, programação *on demand*, *podcasts*, notícias, agenda cultural, entre diversos conteúdos. Divide a sua página em três tipos de experiência: ouvir, ler, ver. Em cada uma delas disponibiliza diferentes tipos de conteúdos que incluem *videoclips*, conteúdos sonoros ou escritos. Está também presente nas redes sociais *Twitter*, *Instagram* e no *Facebook*, assim como disponibiliza um canal no *Youtube* e na plataforma *Spotify*.

## III. RESULTADOS APURADOS

### A. Diversidade da Programação da *Antena 1* (2016)

- «Um serviço de programas nacional de carácter generalista, com opções diversificadas e uma **forte componente informativa** e de **entretenimento**, destinado a servir a generalidade da população, atento às realidades regionais e à divulgação de **música portuguesa**, seus intérpretes e compositores, bem como às manifestações **culturais, desportivas** e outras, de grande interesse do público»<sup>2</sup>.

O Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão [CCSPRT] obriga a concessionária a emitir um serviço de programas da rádio de âmbito nacional de carácter generalista, com as características transcritas no quadro acima. A RTP disponibiliza para o efeito a *Antena 1*.

---

<sup>2</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 15.<sup>a</sup>, n.º 2, alínea a).

### **a) Grelha semanal**

Um dos traços característicos da programação da *Antena 1* é a estabilidade das grelhas de programação que revela ao longo dos anos. Em 2016, a grelha semanal deste serviço revela características idênticas às registadas no ano anterior, sendo evidente a mesma variação da programação entre os dias de semana e os de fim de semana. Neste período, denota-se a presença mais acentuada de programas em substituição dos períodos alargados “programas-contentor” que estruturam a programação ao longo do dia de segunda a sexta-feira – genericamente designados pelo operador de “manhã”, “tarde” e “noite” da *Antena 1*. Já as tardes de sábado e, sobretudo, de domingo são profusamente preenchidas por conteúdos de desporto, que equivalem quase na totalidade transmissões de provas nacionais de futebol e têm reservada uma emissão de duração variável que atinge as oito horas consecutivas, entre as 15h e as 23h.

Os programas de longa duração, conforme referido acima, possuem uma estrutura próxima do que se pode considerar um contentor, ou seja, incluem um conjunto de rubricas que o operador designa de pequenos formatos e que consistem em conteúdos informativos como noticiários, informação desportiva, revistas de imprensa, meteorologia, informação de trânsito e de bolsa e ainda programas de diversas temáticas: “90 Segundos de Ciência”, de divulgação de conhecimento científico; “O Amor é...”, sobre a complexidade das relações amorosas; “O Jogo da Língua”; programa formativo sobre a Língua Portuguesa, “À Volta dos Livros”, que diariamente convida autores portugueses para conversar sobre as suas obras mais recentes; “Portugalex”, “Mata-Bicho” e “Rádio Taxismo”, de humor, ou “A Fé dos Homens”, entre muitos outros.

Estes formatos insertos nos programas de longa duração repetem-se, em geral, de segunda a sexta-feira, entre as 2h e as 23h. Não se deixe de assinalar a especial incidência destes pequenos formatos em blocos de programação como a “Manhã A1”, de António Macedo, em que ocorrem 31 espaços de curta duração, contando os noticiários de hora a hora. A contrastar, ao fim de semana, estas rubricas desaparecem das grelhas, ficando reduzidas exclusivamente aos noticiários. Em 2016 estreiam-se nas grelhas da *Antena 1* programas como “90 Segundos de Ciência”, “Era Uma Vez os Jogos”, “Mata-Bicho”, “Anatomia do Crime”, “Cais”, entre outros.

Do anexo consta a grelha de programação e de pequenos formatos distribuídos pelo alinhamento horário semanal de programas da *Antena 1* (Anexo III – Figuras).

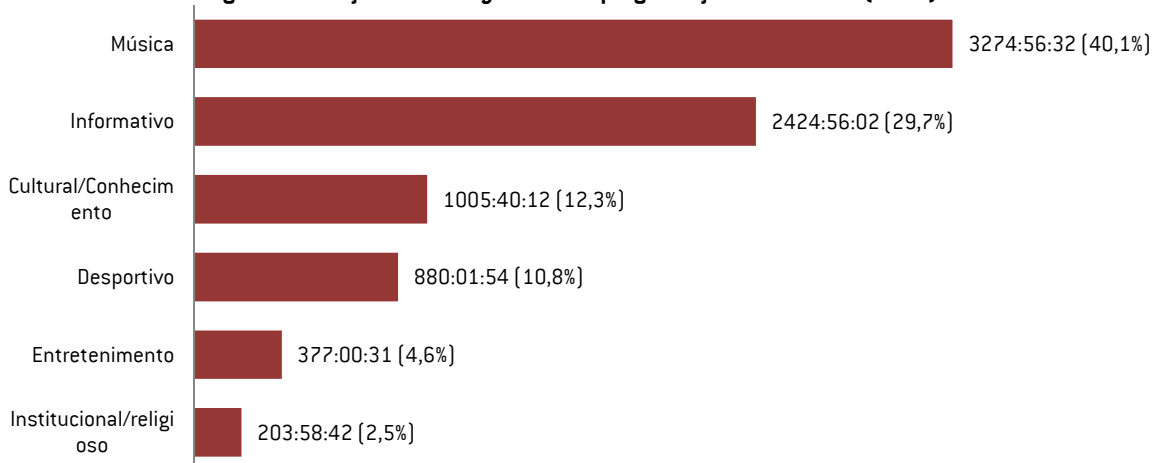
### **b) Diversidade de géneros radiofónicos**

A análise da emissão da *Antena 1* relativa a 2016 demonstra a diversidade de géneros oferecida por este serviço de programas do operador de serviço público. Assim, vai ao encontro das exigências que constam do CCSPRT, que estatui que este deve apresentar-se como um serviço de programas generalista com opções diversificadas.

Os conteúdos emitidos cobrem as seis grandes categorias de programação: *informativo, desportivo, música, entretenimento, cultural/conhecimento* e *institucional/religioso*, que se desdobram em 28 dos 31 *géneros* em que decompõem aquelas seis categorias, segundo a grelha de análise adotada. Os *géneros* que não registam presenças são o *resumo desportivo*, o *jogo interativo* e os programas de informação sem formato definido.

A figura abaixo sintetiza em termos de duração anual a distribuição da programação do primeiro serviço de programas da rádio pública de acordo com o primeiro nível de *géneros* [*macrogéneros*].

**Fig. 19 Duração de *macrogéneros* na programação da Antena 1 (2016)**



N= 8166h33m53s (n.º total de horas de emissão na Antena 1)

Em 2016, a categoria *música* reúne a maior porção no que respeita aos conteúdos emitidos pela *Antena 1*, colocando-se nos dois quintos da duração (40,1%), que traduzem mais de três mil horas de emissão. Os programas de informação surgem de seguida, com perto de 2424 horas, representando aproximadamente um terço da duração total da programação do ano (29,7%), deixando à distância o terceiro grande género, os *culturais/conhecimento* (12,3%). Os *desportivos* reúnem um décimo (10,8%) da duração total da programação do ano.

Entre os menos representados surgem os programas classificados de *entretenimento* (4,6%) e os que são promovidos por entidades com o intuito de promover e divulgar as suas instituições e os religiosos, com 2,5% de duração nas grelhas.

**Fig. 20 Duração de *géneros* na programação da Antena 1 (2016)**

Género	Duração	
	hh:mm:ss	%
Noticiário	1196:31:19	14,7%
Reportagem	45:53:00	0,6%
Debate/Entrevista	212:11:31	2,6%
Comentário	21:46:27	0,3%
Edição especial	80:11:50	1,0%
Magazine informativo	293:11:04	3,6%
Antena aberta	166:22:02	2,0%
Boletim meteorológico	254:58:34	3,1%
Informação de trânsito	140:02:15	1,7%
Informação bolsista	13:48:00	0,2%
Informação desportiva	214:28:23	2,6%
Transmissão desportiva	574:01:49	7,0%
Comentário desportivo	91:31:42	1,1%
Programa de música	776:16:53	9,5%
Música de continuidade	2354:42:50	28,8%
Espetáculo	143:56:49	1,8%
Concurso/jogo	1:39:52	0,02%
Humor	73:21:58	0,9%
Infotainment	4:39:46	0,1%

Talk show	171:24:43	2,1%
Outro (entretenimento)	125:54:12	1,5%
Artes e <i>media</i>	217:34:20	2,7%
Ciências e humanidades	698:13:45	8,5%
Comemorações e efemérides	2:02:29	0,02%
Educativo	84:03:33	1,0%
Outro (cultural/conhecimento)	3:46:05	0,05%
Institucional	21:22:46	0,3%
Religioso	182:35:56	2,2%
Total	8166:33:53	100%

N= 8166h33m53s (n.º total de horas de emissão na Antena 1)

A decomposição das categorias macro em *géneros* tem em vista possibilitar uma análise mais detalhada das tipologias de programas que compõem as grelhas. No caso, mostra que na *Antena 1* em 2016 se destaca a emissão de *música de continuidade*, com mais de um quarto do tempo de emissão (28,8%), resultante de praticamente 2355 horas deste tipo de conteúdos. Esta proporção resulta de mais de 37 mil músicas (37667) que deram continuidade à emissão ao longo do ano.

Os *noticiários* (14,7%) apresentam-se como o segundo *género* de maior carga horária, com quase 1200 horas. A completar o conjunto dos três géneros de maior duração, surgem os *programas de música* (9,5%). Estes últimos compreendem o jazz de “5’ de Jazz”; a “Cena do Ódio” apresentado por David Ferreira sob o mote «as melhores canções foram inspiradas pelos piores sentimentos»<sup>3</sup>; “Alma Lusa”<sup>4</sup> divulgando o fado; “Bairro Latino”<sup>5</sup> – «série semanal com destaque musical dos nossos vizinhos de língua, irmãos de cultura e cúmplices de atitude» -; a música tradicional portuguesa apresentada em “Cantos da Casa”; “Costa a Costa”<sup>6</sup> que mantém vivas as músicas que «o tempo não soube apagar»; Crónicas da Idade Média, que conta «curiosidades sobre temas e gravações, compositores e intérpretes».; “David Ferreira a Contar”; “Rosa dos Ventos”<sup>7</sup> – «Viagem por lugares reais através de músicas inesquecíveis. Novos encontros e experiências que enriquecem o viajante. Aos Sábados às 23h com Jorge Afonso na Antena 1».; conteúdos tão variados como os clássicos da música popular americana que Miguel Esteves Cardoso apresenta em “Se as Canções Falassem”; ou, do mesmo apresentador, “SOS Vinil”<sup>8</sup> sobre a «música popular anglo-americana do século XX», de segunda a sexta-feira às 17h30.

Tal como em 2015, em 2016 figuram dois *géneros* da categoria *música* entre os três mais relevantes nas grelhas da *Antena 1*, que em conjunto totalizam 38,3% do tempo total de emissão.

Na posição oposta, as presenças menos significativas são assumidas pelo *concurso/jogo* e pelas *comemorações e efemérides* (ambos com 0,02 %), estes últimos dedicados aos “80 Anos de Rádio”, dias mundiais da rádio, do livro e da criança, com um total de 59 emissões. Os

<sup>3</sup> <https://www.rtp.pt/play/p651/a-cena-do-odio>, acedido a 16 junho de 2017.

<sup>4</sup> <https://www.rtp.pt/play/p356/alma-lusa-fim-de-semana>, acedido a 16 junho de 2017.

<sup>5</sup> <https://www.rtp.pt/play/p1794/bairro-latino>, acedido a 16 junho de 2017.

<sup>6</sup> <https://www.rtp.pt/play/p1085/costa-a-costa>, acedido a 16 junho de 2017.

<sup>7</sup> <https://www.rtp.pt/play/p1101/rosa-dos-ventos>, acedido a 16 de junho de 2017.

<sup>8</sup> <https://www.rtp.pt/programa/radio/p6614>, acedido a 16 de junho de 2017.



programas culturais sem género definido representam 0,05% da emissão anual da *Antena 1*. Também residual é a presença do *infotainment* (0,1 %), com as 169 emissões do programa “A rede da Seleção”.

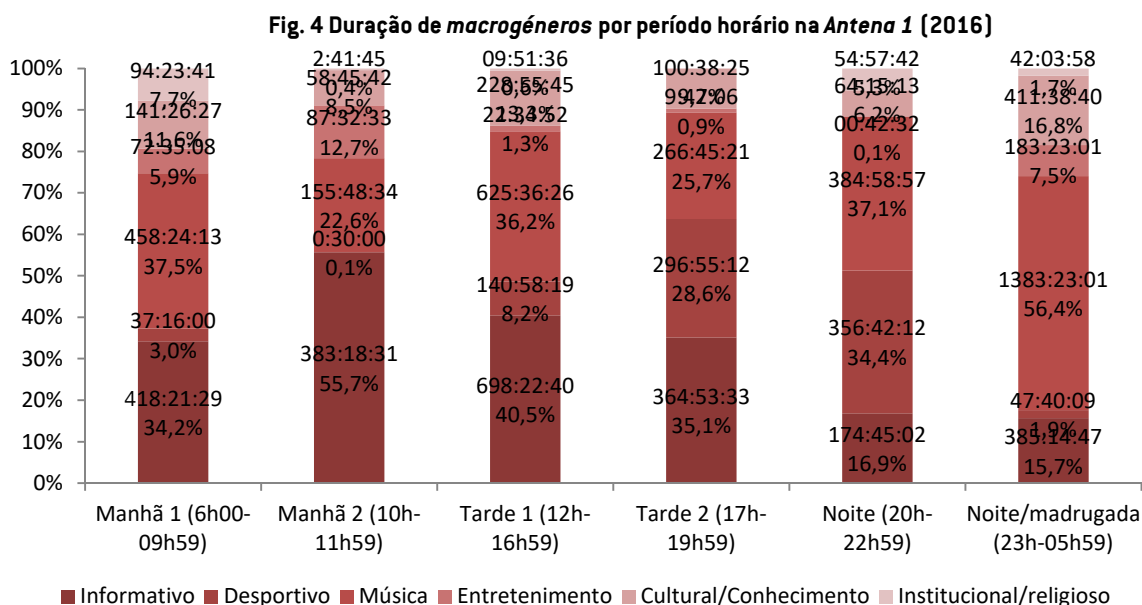
Ora, o CCSPRT caracteriza a *Antena 1* como um serviço de programas «destinado a servir a generalidade da população, atento às realidades regionais e à divulgação de música portuguesa, seus intérpretes e compositores, bem como às manifestações culturais, desportivas e outras, de grande interesse do público».

Em termos de música portuguesa, aludiu-se já a programas cujo conteúdo é exatamente a música nacional recente e de outras épocas, passando por diversos estilos (“Cantos da Casa”, “David Ferreira a Contar”, “Alma Lusa”). “Viva a Música” é um programa histórico da rádio, com mais de duas décadas e que apresenta «semanalmente, música portuguesa ao vivo e em direto. A partir do Teatro da Luz, em Lisboa»<sup>9</sup>.

Em termos de manifestações culturais, a *Antena 1* acompanha na área da música os festivais de música Caixa Alfama, Caixa Ribeira, Bons Sons, Festival Med, FMM – Festival de Músicas do Mundo. Em datas comemorativas, a rádio pública promove também programas dedicados aos temas em causa, por exemplo, no âmbito do Dia Mundial do Livro, vários autores foram convidados da emissão, o mesmo acontecendo com o Dia Mundial da Voz, ou no aniversário da rádio pública em Portugal. Festivais literários como o FOLLIO – Festival Internacional de Literatura de Óbidos merecem também acompanhamento de perto pela *Antena 1*.

No que se refere ao desporto, além da ampla cobertura dispensada ao futebol, a *Antena 1* procede também ao acompanhamento de provas como a Volta a Portugal em Bicicleta ou do Rally de Portugal, e, em 2016, aos jogos do Campeonato Europeu de Futebol.

### c) Diversidade de géneros radiofónicos por período horário



N= 1222h26m58s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 688h37m05s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1726h19m38s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 1038h54m37s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 1036h21m40s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N=2453h53m55s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada)

<sup>9</sup> <https://www.rtp.pt/play/p274/viva-a-musica> acessido a 16 de junho de 2017.

A análise da programação da *Antena 1* distribuída pelos blocos horários do dia mostra a presença das seis macro categorias em cinco desses blocos. Este é mais um indicador da diversidade da programação deste serviço de programas. Em 2016, Apenas se regista a ausência dos programas do tipo *institucional/religioso*, cuja representação global é a menos elevada (2,5% da totalidade de horas de programação) no período horário das 17h às 19h59m.

Salienta-se a informação enquanto categoria mais relevante nos períodos compreendidos entre as 10h e as 20h. Assinala-se em particular a saliência que atinge no intervalo 10h-11h59, no qual ultrapassa metade (55,7%) do tempo total do período, o que corresponde a 383 horas de emissão. Os programas aí emitidos distribuem-se por nove dos 11 géneros da categoria: *noticiário, reportagem, debate/entrevista, antena aberta, edição especial, magazine informativo, informação de trânsito, informação bolsista e boletim meteorológico*. A esta prevalência da informação corresponde a menor presença de conteúdos de *música* (22,6%), em comparação com todos os restantes intervalos horários.

A informação atinge 40,5% da duração do período entre as 12h e as 16h59, no intervalo seguinte (17h-19h59) preenche mais de um terço da emissão (35,1%) e no início da manhã (6h-09h59) ocupa 34,2%.

Este cenário altera-se de forma expressiva nos intervalos mais tardios: 20h-22h59 e 23h-5h59, nos quais cabe aos conteúdos de *música* o destaque, com 37,1% da duração do primeiro intervalo e 56,4% do segundo. Neste, a porção de conteúdos musicais corresponde a umas significativas 1400 horas de emissão (1383h23m01s). No intervalo horário das 6h-09h59 (37,5%) a *música* obtém também o maior destaque suplantando os conteúdos informativos em relação ao ano de 2015.

A categoria *música* é a segunda categoria mais importante em dois intervalos horários: 10h-11h59 (22,6 %) e 12h-16h59 (36,2 %). Para o intervalo das 17h-19h59 o segundo conteúdo mais representado é o *desportivo* (28,6%).

As especificidades definidas pelo CCSPT para a emissão da *Antena 1* estabelecem uma emissão «generalista, com opções diversificadas e uma forte componente informativa e de entretenimento».

Tendo em consideração estes pressupostos, se a análise pretender identificar os períodos horários preferenciais de emissão de cada uma das categorias, verifica-se que mais de um quarto das 2424h56m02s de informação emitidas ao longo de 2016 pela *Antena 1* ocorre entre as 12h e as 17h (28,8%). Em contraste, a menor porção de conteúdos informativos é emitida entre as 20h e as 23h (7,2%). Os programas informativos distribuem-se de forma equitativa entre os três restantes intervalos horários, rondando os 16%.

Relativamente à distribuição horária dos programas de *entretenimento*, cerca de metade (48,8 %) das 377h00m31s registadas pela categoria em 2016 concentra-se no intervalo 23h-05h59. Segue-se o período da manhã entre as 10h e as 11h59 (23,2 %).

A maior parte da programação de vocação cultural oferecida pela *Antena 1* ao longo do ano foi difundida entre as 23h e as 6h (40,9%). A segunda faixa horária preferencial para estes conteúdos foi a das primeiras horas da tarde, entre as 12h e as 16h59, tendo aí ocorrido 22,8% da duração total anual da categoria. A menor incidência verificou-se entre as 10h e as 11h59 (5,8%).

Quando se foca a distribuição dos *géneros* dos conteúdos pelas diversas fases do dia<sup>10</sup>, sobressai o facto de a *música de continuidade* ser a categoria com maior percentagem de duração em cinco dos seis períodos horários. A exceção é o intervalo das 10h às 11h59, em que o destaque pertence aos programas de *antena aberta* (24,2 %). A incidência da *música de continuidade* é maior a partir das 20h, com perto de um terço do tempo de emissão: 32,4 % entre as 20h e as 22h59 e 33,2 % das 23h às 05h59.

No período horário da *manhã 1 (06-09h59)* foram emitidos programas de 23 géneros. À referida *música de continuidade* (27,5%) seguem-se os *noticiários*, com um quinto da duração do período (20,7 %) e os programas de *música* (10,0%). Pertence ao *debate/entrevista* e aos *concursos/jogos* (0,03 %) a menor relevância deste bloco horário.

Entre as 10h e as 11h59, decresce um pouco a diversidade de géneros representados, num total de 21. No que se refere aos de maior duração, destaca-se o conteúdo informativo *antena aberta* (24,2%), seguindo-se os *talk shows* (12,5%) ocupado em exclusividade pelo programa “Hotel Babilónia”<sup>11</sup>. A *informação bolsista* é, dos géneros presentes deste período horário, o de menor duração (0,002 %).

Entre as 12h e as 16h59, regista-se uma maior diversidade de programação, com conteúdos de 24 géneros. Os *noticiários* (15,6%) secundam a *música de continuidade* (30,1 %). Os *programas magazine informativo* (13,2%) seguem-se, e, a maior distância, os conteúdos de *ciências e humanidades* (7,1%). No extremo oposto, os programas *comentário* representam uma diminuta percentagem da duração (0,04%).

Durante a *tarde 2 (17h-19h59)*, a *transmissão desportiva* (19,5%) secunda a *música de continuidade* (22,8%) a e o *noticiário* (16,0%), formando o pódio dos géneros de maior duração deste horário, que é composto por 20 géneros. *Informação bolsista* e os programas classificados de conteúdo *educativo* são residuais, apresentando respetivamente com 0,005 % e 0,002 % da duração do período.

A *música de continuidade* ganha expressão nos horários mais tardios, atingindo um terço (33,2%) do tempo de emissão entre as 23h e as 05h59, seguindo-se os *programas de música* (20,9%), o que confere ao campo musical a supremacia de conteúdos emitidos neste horário (55,8%). A categoria de programas dedicados à música é preenchida por programas como “David Ferreira a Contar”<sup>12</sup> e “Costa a Costa”, este descrito pelo serviço de programas como «A música que o Tempo não soube apagar... Porque uma sociedade sem memória é uma sociedade sem futuro»<sup>13</sup>. Com menor peso, estão os conteúdos *comemorações e efemérides e informação de trânsito*, respetivamente 0,002 % e 0,001%. Neste período foram emitidos programas de 22 géneros.

---

<sup>10</sup> Consultar em anexo os valores de géneros por período horário em Anexo III – Figuras.

<sup>11</sup> «Um talk-show de fim-de-semana, descontraído, sempre em torno de uma efeméride, figura, acontecimento, ou evento cultural. Diálogo cúmplice entre João Govern e Pedro Rolo Duarte. Humor, ironia, informação, alguma opinião, novidade, experiências novas e memória.» Cf. <http://www.rtp.pt/play/p456/hotel-babilonia>, acedido a 20 de junho de 2017.

<sup>12</sup> «As canções dos portugueses e as suas histórias. Como éramos nós. Dos 78rpm à era digital, o velho Fado e os fados novos, a Revista à Portuguesa e o rock em português, e o pimba, com certeza. Música nossa e como ela sabe tão bem! Com David Ferreira». Cf. <http://www.rtp.pt/programa/radio/p5409#sthash.tFzHCxBs.dpuf>, acedido a 21 de junho de 2017.

<sup>13</sup> <http://www.rtp.pt/play/p1085/costa-a-costa#sthash.Alh0snZN.dpuf>, acedido a 21 de junho de 2017.

O bloco horário da noite precedente, 20h às 22h59, regista a menor diversidade de géneros de programas [18]. O segundo conteúdo mais representado, seguindo-se, como referido, à *música de continuidade* [32,4%], é a *transmissão desportiva*, com 29,5 %, mais de um quarto do tempo emitido no intervalo. Corresponde a jogos de futebol da Liga Europa, da Liga dos Campeões, das Taças de Portugal e da Liga, da Primeira e Segunda Ligas e jogos da Seleção no Euro 2016. A terceira categoria é os *noticiários*.

#### d) Diversidade de géneros radiofónicos por período semanal

A programação da *Antena 1* mostra algumas diferenças quando se analisa a programação dos dias de semana face aos dias de fim de semana. Durante a semana assiste-se a uma bipolarização do tempo de emissão entre a música [39,8%] e informativos [34,7%], ambos com mais de duas mil horas de emissão. Esta é uma inversão de tendência relativamente ao ano anterior, pelo que a programação de semana e fim de semana dão ambas prevalência à música em 2016.

Fig. 21 Duração de géneros por período semanal na *Antena 1* (2016)

Género	Período Semanal			
	Dia de semana		Dia de fim de semana	
	Duração (hh:mm:ss)	%	Duração (hh:mm:ss)	%
Noticiário	936:29:19	16,1%	260:02:00	11,1%
Reportagem	42:16:32	0,7%	3:36:28	0,2%
Debate/Entrevista	189:01:10	3,2%	23:10:21	1,0%
Comentário	21:46:27	0,4%	-	-
Edição especial	59:29:42	1,0%	20:42:08	0,9%
Magazine informativo	226:30:00	3,9%	66:41:04	2,8%
Antena aberta	166:22:02	2,9%	-	-
Boletim meteorológico	224:35:21	3,9%	30:23:13	1,3%
Informação de trânsito	139:33:19	2,4%	0:28:56	0,02%
Informação bolsista	13:48:00	0,2%	-	-
Informação desportiva	208:00:57	3,6%	6:27:26	0,3%
Transmissão desportiva	252:50:31	4,3%	321:11:18	13,7%
Comentário desportivo	66:19:31	1,1%	25:12:11	1,1%
Programa de música	384:06:25	6,6%	392:10:28	16,7%
Música de continuidade	<b>1854:26:08</b>	<b>31,9%</b>	<b>500:16:42</b>	<b>21,3%</b>
Espetáculo	80:55:19	1,4%	63:01:30	2,7%
Concurso/jogo	1:39:52	0,03%	-	-
Humor	73:12:25	1,3%	0:09:33	0,01%
Infotainment	3:37:50	0,1%	1:01:56	0,04%
Talk show	76:55:29	1,3%	94:29:14	4,0%
Outro (entretenimento)	104:53:32	1,8%	21:00:40	0,9%
Artes e média	115:41:06	2,0%	101:53:14	4,3%
Ciências e humanidades	412:17:07	7,1%	285:56:38	12,2%
Comemorações e efemérides	1:57:29	-	0:05:00	0,004%
Educativo	53:48:53	0,9%	30:14:40	1,3%
Outro (cultural/conhecimento)	3:46:05	0,1%	-	-
Institucional	88:12:48	1,5%	94:23:08	4,0%
Religioso	88:12:48	1,5%	94:23:08	4,0%
<b>Total</b>	<b>5820:50:05</b>	<b>100%</b>	<b>2345:43:48</b>	<b>100%</b>

N= 5820h50m05s (n.º total de horas de emissão nos dias de semana); N= 2345h43m48s (n.º total de horas de emissão nos dias fins de semana)

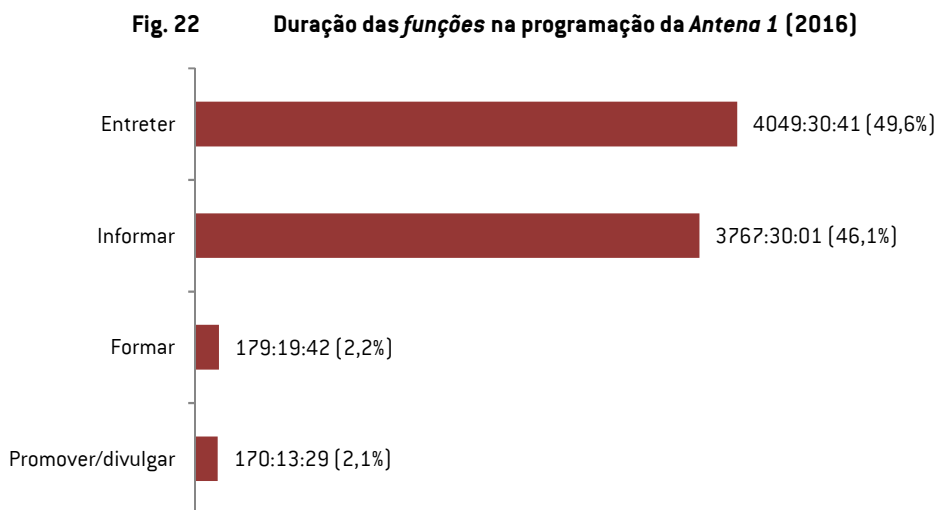
Centrando a análise da programação da *Antena 1* na distribuição por *período semanal* dos 28 *géneros* que incluiu nas grelhas em 2016 é desde logo de notar a maior diversidade de conteúdos emitida de segunda a sexta-feira, com 28 *géneros* face a 23 dos dias de fim de semana.

Em termos de *géneros* com maior relevo, verifica-se que a *música de continuidade* ocupa maior porção de tempo, quer nos dias de semana, quer nos de fim de semana: respetivamente 31,9 % e 21,3 %. Já ao nível do segundo *género* com maior visibilidade nas grelhas, é de assinalar algumas variações: nos dias de semana as 936h29m19s de *noticiários* representam 16,1 % da duração total; já aos sábados e domingos, os *programas de música*, com mais de 390 horas de emissão, assumem 16,7 %.

*Transmissão desportiva* (13,7 %) é o terceiro *género* mais importante dos dias de fim de semana logo seguido das *ciências e humanidades* (12,2 %), com programas tão diversos como “90 segundos de ciência”<sup>14</sup>, que numa parceria de produção com o «mestrado em Comunicação de Ciência, criado pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas e o Instituto de Tecnologia Química e Biológica da U. Nova de Lisboa» divulga o trabalho de investigadores portugueses em Portugal, ou no estrangeiro, ou “Dias do Avesso”<sup>15</sup>, descrito pelo operador como «Série de Conversas diárias entre a jornalista (Isabel Stilwell) e o psicólogo (Eduardo Sá). O que temos cá dentro e o que, à nossa volta, choca de frente connosco ou nos surpreende».

#### e) Funções na programação

A análise das *funções* da programação da *Antena 1* permite desde logo avaliar o cumprimento do estipulado no CCSPRT (cláusula 15.ª, n.º 2, alínea a)), no que respeita à necessidade de o serviço de programas disponibilizar conteúdos com «uma forte componente informativa e de entretenimento».



N= 8166h33m53s (n.º total de horas de emissão na Antena 1)

Em 2016, a *Antena 1* bifurca o central da sua programação em torno de duas *funções*: *entreter* e *informar*, acumulando respetivamente com 49,6% e 46,1% da duração total da programação anual. Em conjunto, representam 95,7% do tempo de emissão do ano.

<sup>14</sup> <https://www.rtp.pt/programa/radio/p6613>, acessido a 19 de junho de 2017.

<sup>15</sup> <https://www.rtp.pt/play/p271/dias-do-avesso>, acessido a 19 de junho de 2017.

A *função entreter* é preenchida em grande parte por conteúdos musicais, mas também por uma grande variedade de programas de diversos *géneros*, como por exemplo transmissões de jogos de futebol ou programas de humor.

*Formar* (2,2 %) é a terceira função mais representada, com mais de 179 horas de programas.

*Promover/divulgar* soma 2,1 % e é a *função* com menor expressão horária na emissão anual da *Antena 1*, cumprida por programas institucionais ou religiosos como “A Fé dos Homens”, “Eucaristia Dominical” ou “Direito de Antena”, nomeadamente para as eleições presidenciais de 2016.

Estas *funções* da programação são cumpridas por diferentes *géneros* de programas (Cf. Anexo III – Figuras).

Como referido acima, a *função entreter* é em grande parte desempenhada pelos conteúdos musicais, designadamente *música de continuidade*, em destaque, e *programas de música*. Os primeiros com mais de metade da duração da *função* (58,1%) e os segundos sensivelmente abaixo de um quinto (14,8%) da mesma.

A *função informar* é sobretudo composta pelos *noticiários*, que representam cerca de um terço (31,8%) do tempo total da *função*. Este *género* deixa a grande distância todos os restantes que cumprem a *função informar*, sendo que aquele que apresenta a segunda duração mais longa é *ciências e humanidades* (16,5%), seguido pelos *magazines informativos* (7,8%).

*Formar* é uma *função* cumprida por dois *géneros* de programas: *educativos* que preenchem quase metade do tempo de emissão desta *função* (46,9%) e *ciências e humanidades*, com 42,8%. Integram a categoria *educativos* programas como “A Palavra do Dia” dedicado à «origem de algumas expressões populares, a etimologia, a história de algumas palavras que habitam o nosso dia-a-dia e de que nem sempre conhecemos a origem<sup>16</sup>»; “Direto ao Consumidor”, que responde a questões úteis, alerta e informa sobre aspetos relevantes que preocupam os consumidores; “Jogo da Língua”, um programa educativo sobre língua portuguesa. A *função formar* no que respeita a programas de *humanidades* apresenta, por exemplo, os programas “À Volta dos Livros”, sobre literatura, ou “Não Há Duas Sem Três” descrito pelo operador como “explorar, dar a conhecer as várias mitologias destas crenças populares e milenares é esta a proposta deste apontamento diário.”

Nove em cada dez horas da *função promover/divulgar* são preenchidas por programas *religiosos* (88,2%), ficando o remanescente da *função* a cargo dos programas *institucionais* (11,8%).

---

<sup>16</sup> <http://www.rtp.pt/programa/radio/p6090>, acedido a 21 de junho de 2017.

## B. Diversidade da Programação da *Antena 2* (2016)

«Um serviço de programas nacional de índole cultural, respeitando padrões exigentes de qualidade em termos de estética, de conteúdo e tecnológicos, vocacionado para a transmissão de programas de **música erudita, jazz, etnográfica e contemporânea**, atento às suas manifestações mais significativas a nível nacional e internacional, interessado em **fomentar o conhecimento e o gosto pela música**, aberto à temática das **letras, das artes e das ciências**, sensível à modernidade»<sup>17</sup>.

No conjunto das emissões do serviço público de radiodifusão sonora, a *Antena 2* é o serviço de programas ao qual está confiada a tarefa de oferecer tipos de conteúdos alternativos aos que predominam no espaço radiofónico em geral. Deste modo, está especialmente vocacionado para a emissão da designada música erudita e para a promoção do conhecimento nos domínios da música e de outras expressões artísticas.

### a) Grelha semanal

O alinhamento típico da emissão semanal da *Antena 2* é composto por programas de duas ou três horas, os *programas-contentor*, sendo que, em 2016, alguns desses blocos mais longos são substituídos por programas com a duração de uma hora, de autor, dedicados sobretudo à *música, artes e média* e à *ciência e humanidades*. Esta mudança ocorreu, sobretudo aos fins de semana, à *noite* e de *noite/madrugada*.

Repare-se que os programas “A Ronda da Noite”, emitido de segunda a sexta-feira das 23h à meia-noite, passa em 2016 a ter presença também entre as 4 e as 5h de segunda a quinta-feira. Este programa de Luís Caetano, com a divulgação de autores, através da sua obra, memórias e espetáculos em palco.

Entre as novidades contam-se programas como “Refletor”, de Rui Guimarães (domingo à 1h), vocacionado para a transmissão de obras de música improvisada de todo o mundo e “Café Plaza”, de Germano Campos, sobre cantores do século XX (aos fins de semana, entre as 9 e as 10h). Também passa a fazer parte da renovada grelha de 2016 e “O Tempo e a Música” (aos fins de semana, às 10, 11 e 14h), de Rui Vieira Nery, sobre obras e autores da música erudita de todas as épocas.

A alteração da grelha da *Antena 2* ocorrida em 2016 introduz a transmissão de programas com duração de uma hora a meio do dia (13h-14h) e ao final da tarde (17h-18h). São eles o “A Propósito da Música”, de Alexandre Delgado, sobre a obra e o perfil de compositores de música erudita (às 13h e 17h, e às 11 e 18h, aos fins de semana); “Coreto”, de Jorge Costa Pinto dedicado às bandas filarmónicas civis e militares, portuguesas e estrangeiras (quarta-feira às 17h, sextas-feiras às 13h e aos domingos, às 15h) e “Um Certo Olhar”, um debate/tertúlia sobre «cultura, sociedade e política», com Gabriela Canavilhas, Luísa Schmidt, Frei Bento Domingues e Luís Caetano (segunda-feira às 17h, sextas, às 23h e aos domingos, às 10h). Em menor escala, o mesmo acontece entre as 20h e a meia noite, mas sem estreias.

A grelha da *Antena 2* mantém a clara diferença do alinhamento de programas entre os dias de semana e os de fim de semana. Por exemplo, a exclusiva transmissão de noticiários aos dias úteis ou do “Jazz a 2”, de segunda a sexta-feira, das 20 às 21h, antes entre as 19 e as 20h). Em 2015, aquela divisão concentrava-se depois das 7h; em 2016, antecipa-se para *noite/madrugada*. A grande diferença aos fins de semana consiste na existência de mais e novos programas, quase todos difundidos durante as horas do dia.

---

<sup>17</sup> Cf. Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 15.ª, n.º 2, alínea b).

Assim, a replicação da programação nos fins de semana é menor e é apenas entre a meia-noite e as 7h que alguma programação, no mesmo horário, é comum aos dias úteis e de descanso. Comparando sábado e domingo, há programas iguais, mas em horários diferentes, coincidindo apenas entre as 18h e a meia noite.

A grelha da *Antena 2* foi renovada em 1 abril<sup>18</sup> com o lançamento dos programas já indicados e de novas rubricas (cf. Anexo III – Figuras), de que se destacam a “Grandes Vozes”, de André Cunha Leal, sobre as árias de ópera e os cantores que as tornaram referências deste género artístico (terça a sexta-feira, nos programas “Boulevard” e no “Baile de Máscaras”, às 12h30m e 18h30m); “A Grande Ilusão”, de Inês N. Lourenço, sobre estreias de cinema e obras relacionadas, como bandas sonoras, DVDs e livros (quintas-feiras, às 23h30m) e do “Roteiro das Artes”, de António Costa Santos, um guia cultural dos eventos do dia, de artes plásticas, bailado, conferências literárias, teatro e visitas (segunda a sexta-feira, às 8h10m, 9h10m e 18h10m, depois dos noticiários).

A *Antena 2* aumentou o número e a variedade dos pequenos formatos em 2016. Assim, de segunda a sexta-feira assinala-se a presença de dez pequenas rubricas, desde os noticiários, que se apresentam na *Antena 2* em duas edições diárias, passando por espaços de programação como “A Grande Ilusão”, “Dias com História” e “Grandes Vozes”, além de continuarem o “A Vida Breve”, “Antena 2 Ciência”, e “Última Edição”.

Em ambos os dias do fim de semana foram emitidos em 2016 apenas dois pequenos formatos; “O Canto do Blues” e “Complemento”, sendo “Liliput” emitido apenas ao sábado.

#### **b) Diversidade de géneros radiofónicos**

A *Antena 2* emite programas que se enquadram em cinco das seis grandes categorias de géneros de programação: tal como vendo sendo seu apanágio ao longo dos anos, não difunde conteúdos de desporto.

A especificidade da programação da *Antena 2* remete para um especial enfoque nos conteúdos musicais alternativos, com particular atenção aos géneros clássico e erudito. Esta vocação reflete-se na fraca diversidade de géneros detetada nas suas grelhas. Aliás, a especificidade dos conteúdos da *Antena 2* está contemplada no CCSPRT, sendo portanto expectável que a sua programação se afaste daquela que se apresenta nas duas antenas mais generalistas do serviço público (*Antena 1* e *Antena 3*).

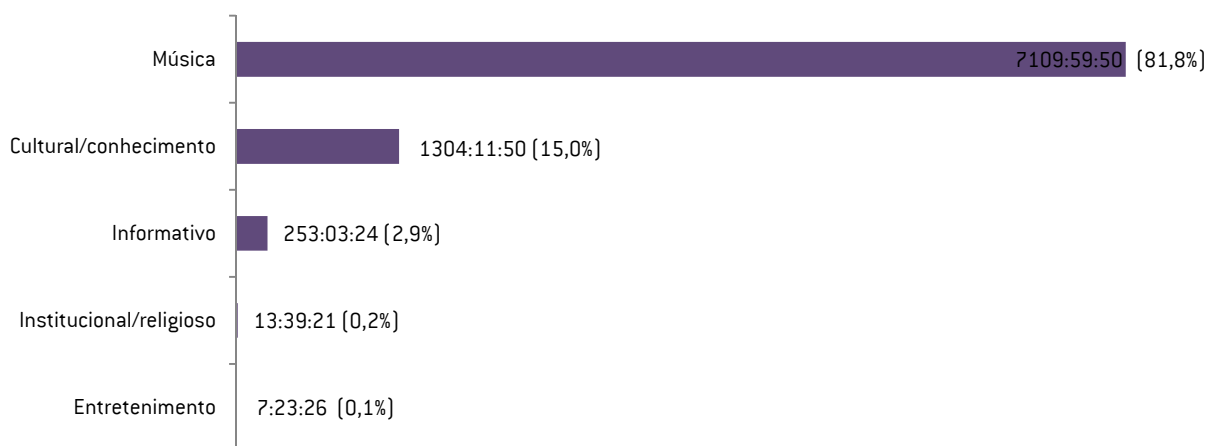
A música considerada “de continuidade”, de um modo genérico, compõe os conteúdos dos programas de maior dimensão que se assemelham a “programas-contentor”, que incluem também outros conteúdos associados a pequenos formatos de programação.

---

<sup>18</sup> Nova grelha da *Antena 2* estreada em 1 de abril de 2016: [http://www.rtp.pt/antena2/geral/novos-programas-nova-grelha\\_3325](http://www.rtp.pt/antena2/geral/novos-programas-nova-grelha_3325)



**Fig. 23 Duração de *macrogéneros* na programação da Antena 2 (2016)**



N= 8688h17m51s (n.º total de horas de emissão na Antena 2)

A programação da *Antena 2* é, então, largamente dominada pelos conteúdos de *música*. Mais de oito em cada dez horas de programação emitida recaem nesta categoria (81,8%), representando uma soma anual de mais de 7 mil horas de emissão.

Esta larga prevalência resulta na óbvia escassez dos restantes *géneros* de programas. Consequentemente, a categoria que reúne a segunda maior porção de tempo de programação, *cultural/conhecimento*, representa 15,0% do tempo total, que corresponde a pouco mais de 1300 horas analisadas em 2016. Com uma presença bastante inferior, os programas *informativos* totalizam 2,9% da duração total emitida pela *Antena 2*.

No que toca ao *entretenimento*, categoria quase sempre ausente deste serviço de programas, a sua presença fica a dever-se, tal como em 2015, em exclusivo a sete edições de um programa de transmissão de teatro, o “Teatro Sem Fios”, quase sempre às 21 horas dos dias de semana, e que somam 7h23m26s de duração (0,1%).

**Fig. 24 Duração de *géneros* na programação da Antena 2 (2016)**

Género	Duração	
	hh:mm:ss	%
Noticiário	106:10:00	1,2%
Comentário/entrevista	89:11:24	1,0%
Magazine informativo	41:10:00	0,5%
Boletim meteorológico	4:08:00	0,05%
Outro (informativo)	12:24:00	0,1%
Programa de música	2475:58:38	28,5%
Música de continuidade	<b>3520:23:57</b>	<b>40,5%</b>
Espetáculo	1113:37:15	12,8%
Outro (entretenimento)	7:23:26	0,1%
Artes e <i>media</i>	1011:55:58	11,6%
Ciências e humanidades	192:41:21	2,2%
Educativo	67:42:31	0,8%
Outro (cultural/conhecimento)	31:52:00	0,4%
Institucional	4:15:15	0,05%
Religioso	9:24:06	0,1%
<b>Total</b>	<b>8719:53:08</b>	<b>100,0%</b>

N= 8688h17m51s (n.º total de horas de emissão na Antena 2)

Em 2016, a *Antena 2* apresentou programas enquadrados em 15 *géneros* dos 31 previstos na grelha de análise, mais um do que no ano anterior. A emissão passa a contar com o programa religioso “E Deus Criou o Mundo”. No âmbito da programação de informação entra na emissão a categoria *comentário/entrevista* cumprida na totalidade pelo programa “Um Certo Olhar”.

Quase metade do tempo total de programação deste serviço de programas (40,5%) consistiu na transmissão de *música de continuidade*, género que contabilizou mais de 3520 horas. Trata-se de peças de música integradas nos programas mais longos, semelhantes a contentores, nos quais há lugar para a emissão de conteúdos de natureza diversa e onde a música se apresenta sobretudo como ligação entre os restantes conteúdos do programa.

Os *programas de música* preencheram também uma parte considerável da emissão (28,5%). Em terceiro lugar, os *espetáculos* representam 12,8% da programação da *Antena 2*, com programas como “Mezza-voce”, “Grande Auditório” e “Concerto Aberto” e transmissões de eventos como a “Temporada Gulbenkian” ou “Prémio Jovens Músicos”, entre outros. Repare-se que os três *géneros* mais extensos na emissão do serviço de programas são os que compõem a categoria *música*, contribuindo assim para a prevalência na ordem das oito em cada dez horas de emissão (81,8%).

No polo oposto, programas de institucionais e *boletim meteorológico* (ambos com 0,05%) são os *géneros* que assumem a presença menos efetiva nas grelhas de emissão da *Antena 2*.

Dada a peculiaridade da programação da *Antena 2*, fruto da missão que o CCSVRT lhe confia, é interessante observar a diversidade de conteúdos integrados no *género programa de música*, desde logo patente, como adiante se verá, nas diversas *funções* que estes podem assumir. Estes contemplam a função mais simples de fruição de música de determinados géneros, como é o caso de “Jazz a 2” ou “O Canto do Blues”. “Música Contemporânea” dedica-se a obras atuais. Na perspetiva de dar a conhecer a música, considerando os seus autores e intérpretes, as suas origens, a história da música, encontram-se programas como “O Tempo e a Música<sup>19</sup>” do académico Rui Vieira Nery, que aborda grandes obras sob a perspetiva histórica, “Além Tempo”, ou “Memória”<sup>20</sup>, que recupera os arquivos da Radiodifusão Portuguesa.

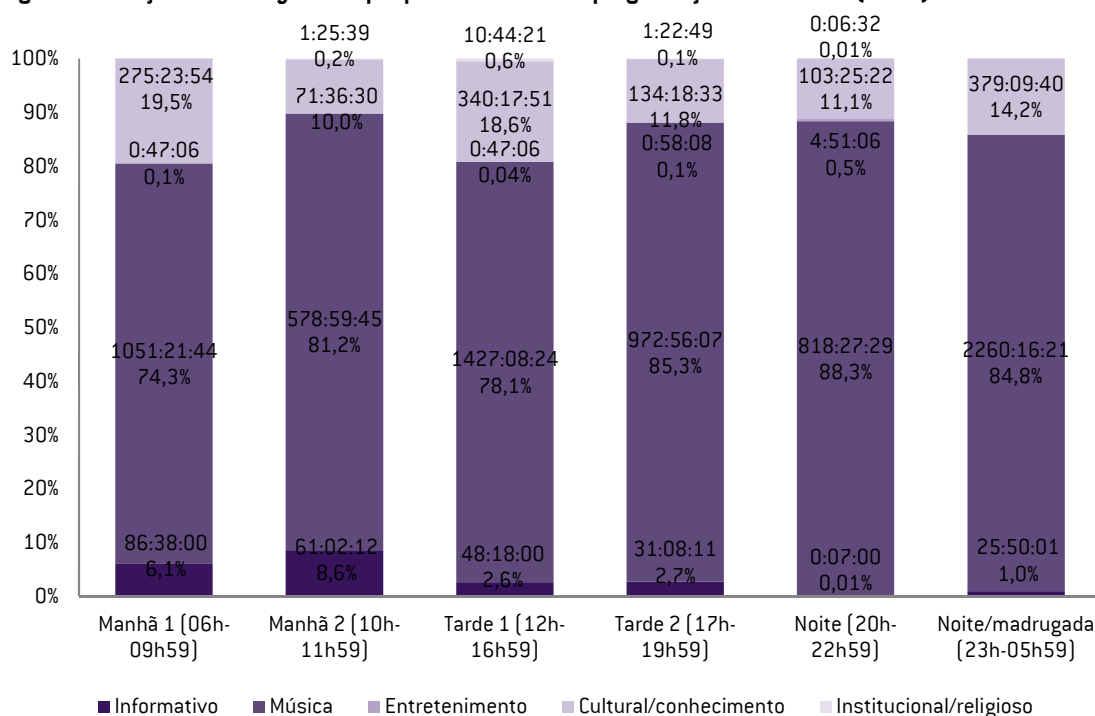
---

<sup>19</sup> <https://www.rtp.pt/programa/radio/p6338>, acedido a 23 de junho de 2017.

<sup>20</sup> <https://www.rtp.pt/programa/radio/p2165>, acedido a 23 de junho de 2017.

### c) Diversidade de gêneros radiofônicos por período horário

Fig. 25 Duração de *macrogêneros* por período horário na programação da Antena 2 (2016)



N= 1414h10m44s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 713h04m06s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1827h15m42s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 1144h40m55s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 927h47m29s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2665h16m02s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada)

A figura acima ilustra a proporção das grandes categorias de gêneros na emissão da *Antena 2*, ao longo do dia. Em conformidade com as atribuições estabelecidas pelo CCSPT, a música assume uma posição de grande preponderância em todas as faixas horárias, assumindo o maior destaque no intervalo 20h-22h59 (88,3%). Por oposição, é no período da manhã, entre as 06h e as 10h que os conteúdos de música têm a sua expressão mais reduzida, ocupando, ainda assim, quase sete horas e meia em cada dez de emissão (74,3%).

Os programas de informação decrescem gradualmente de importância à medida que o dia avança. Atingem maior relevância horária entre as 10h e as 12h, com uma presença cifrada em 8,6% da duração da faixa horária.

É durante a manhã, entre as 6h e as 10h, que a programação cultural atinge maior expressão, cifrando-se em perto de um quinto (19,5%) do tempo de emissão da faixa, alcançando idêntica expressão entre as 12h e as 17h (18,6%). A menor presença destes conteúdos relativamente aos restantes na faixa horária é atingido entre as 10h e as 12h.

A programação classificada como *entretenimento* viu a sua expressão reduzida distribuir-se por quatro períodos, estendo ausente da manhã 10h-11h59 e da noite/madrugada 23h-05h59.

Uma leitura mais pormenorizada da composição das grelhas de programação da *Antena 2* ao longo do dia (Cf. ANEXOS III - Figuras) indica que a *música de continuidade* domina as grelhas em quatro dos seis períodos horários - as exceções são os dois intervalos que se estendem entre as 17h e as 22h59. Nestes, o destaque é conferido à emissão de espetáculos musicais, sejam eles em direto ou em diferido. Estes conteúdos preenchem mais de três quintos (62,0%) da emissão entre as 20h e as 22h59. A *música de continuidade* tem a sua maior ênfase entre as 10h e as 11h59 (62,1%).

Os *programas de música* são sobretudo emitidos ao longo da noite e madrugada, em 2016. Ocupam a segunda posição com 37,9 % do tempo disponível, com programas como “O Canto do Blues”, “Argonauta”<sup>21</sup>, de música eletrónica ambiental, “Música Contemporânea”<sup>22</sup>, sobre os autores contemporâneos e o seu contexto, “Memória” ou “Música Hoje”<sup>23</sup>, sobre a nova música portuguesa.

Para além dos *géneros* que integram a grande categoria *música, artes e media* (16,8 %) é, dos restantes, o que mais se destaca nas manhãs (06h-09h59) da *Antena 2. Ciências e humanidades* desempenham semelhante papel na faixa horária seguinte (10h-12h59), em que os programas “Quinta Essência” e “Dias com História”, a rubrica “Livros RTP” e um conjunto pequenos programas sobre Cervantes preenchem os 8,2 % de duração da categoria. Já durante a tarde (12h-16h59) e as madrugadas, cabe lugar semelhante a *artes e media*, onde este género ocupa respetivamente 12,4 % e 14,2% do tempo total do período.

#### d) Diversidade de géneros radiofónicos por período semanal

A programação de rádio tende a refletir os diferentes ritmos quotidianos da maioria das pessoas: os dias de semana são marcados pelos horários laborais e/ou escolares, ao contrário dos dias de fim de semana, menos definidos por horários estandardizados. A figura que se segue apresenta a distribuição dos *géneros* radiofónicos por esses dois períodos da semana.

**Fig. 26 Duração de géneros por período semanal na Antena 2 (2016)**

Género	Dia de semana		Dia de fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Noticiário	106:10:00	1,7%		
Comentário	56:58:12	0,9%	32:13:12	1,3%
Magazine informativo	41:10:00	0,7%		
Boletim meteorológico	4:08:00	0,1%		
Outro (informativo)	12:24:00	0,2%		
Música de continuidade	3078:07:14	49,8%	442:16:43	17,6%
Programa de música	1225:08:51	19,8%	1250:49:47	49,8%
Espetáculo	686:25:58	11,1%	427:11:17	17,0%
Outro (entretenimento)	5:49:14	0,1%	1:34:12	0,1%
Artes e media	795:53:47	12,9%	216:02:11	8,6%
Ciências e humanidades	113:10:01	1,8%	79:31:20	3,2%
Educativo	16:11:35	0,3%	51:30:56	2,1%
Outro (cultural/conhecimento)	31:52:00	0,5%		
Institucional	4:15:15	0,1%		
Religioso			9:24:06	0,4%
Total	6177:44:07	100,0%	2510:33:44	100,0%

N= 6177h44m07s (n.º total de horas de emissão nos *dias de semana*); N= 2510h353m44s (n.º total de horas de emissão nos *dias de fim de semana*)

<sup>21</sup> <http://www.rtp.pt/play/p287/argonauta>, acessido a 26 de junho de 2017.

<sup>22</sup> <http://www.rtp.pt/play/p593/musica-contemporanea>, acessido a 26 de junho de 2017.

<sup>23</sup> «Programa dedicado à nova música portuguesa, desde os "clássicos" do século XX até aos mais jovens, colocando em perspetiva a criação musical acústica e eletroacústica, dando a ouvir o que há de novo, acabado de criar», <http://www.rtp.pt/play/p1390/musica-hoje#sthash.Jwt4mGqi.dpuf>, acessido a 26 de junho de 2017.

A análise da composição das grelhas da *Antena 2* mostra diferenciação clara entre a composição das grelhas dos dias de semana e dos fins de semana. No entanto, em termos de grandes categorias de programas, pertencem aos géneros de *música* percentagens semelhantes: 80,8% de segunda a sexta e 84,5% nos dias de fim de semana.

É na análise pormenorizada dos *géneros* que as diferenças sobressaem. Desde logo, denota-se a menor diversidade dos conteúdos aos sábados e domingos: nove *géneros*, face aos 14 presentes nos dias de semana. Refira-se que os programas *religiosos* são os únicos com emissão exclusiva nos dias de fim de semana. A categoria *religiosos* é totalmente preenchida por “E Deus Criou o Mundo”<sup>24</sup>, um debate dos temas da atualidade sob o ponto de vista religioso por três representantes das três maiores religiões em Portugal: judia, cristã e muçulmana. Por outro lado, os *géneros* informativos – *noticiários*, *entrevistas*, *boletim meteorológico* e programas sem género definido – desaparecem por completo dos alinhamentos da *Antena 2* neste período semanal, acompanhando a alteração de rotinas mencionada.

Há que registar uma outra característica patente nas grelhas de dias de semana e fins de semana: a *música de continuidade*, prevaiente de segunda a sexta-feira, com cerca de metade da duração total (49,8%) cede o lugar de destaque aos *programas de música* (49,8 %) durante sábados e domingos. Esta constatação vai ao encontro da diferenciação já aludida na grelha de programação semanal, onde se apura que os programas contendor (extensos e que integram conteúdos diversos no seu interior) são característicos dos dias de semana e têm menor expressão nos fins de semana. Portanto, a *música de continuidade*, elemento agregador dos diversos conteúdos que compõem aqueles programas, surge menos expressiva.

A *música de continuidade* (17,6 %) e os *espetáculos* (17,0%) repartem o protagonismo na lista dos géneros mais representados nos dias de fim de semana, seguindo os *programas de música*. Os programas de *entretenimento* sem género definido na grelha de análise apresentam a menor expressão horária (0,1 %) nos sábados e domingos.

De segunda a sexta-feira à dominante *música de continuidade*, seguem-se os *programas de música* (19,8%) e só depois os *artes e media* (12,9%).

O *boletim meteorológico*, os *programas institucionais* e a programação de entretenimento sem género definido apresentam-se como os mais escassos nos dias de semana, com 0,1% das horas de emissão.

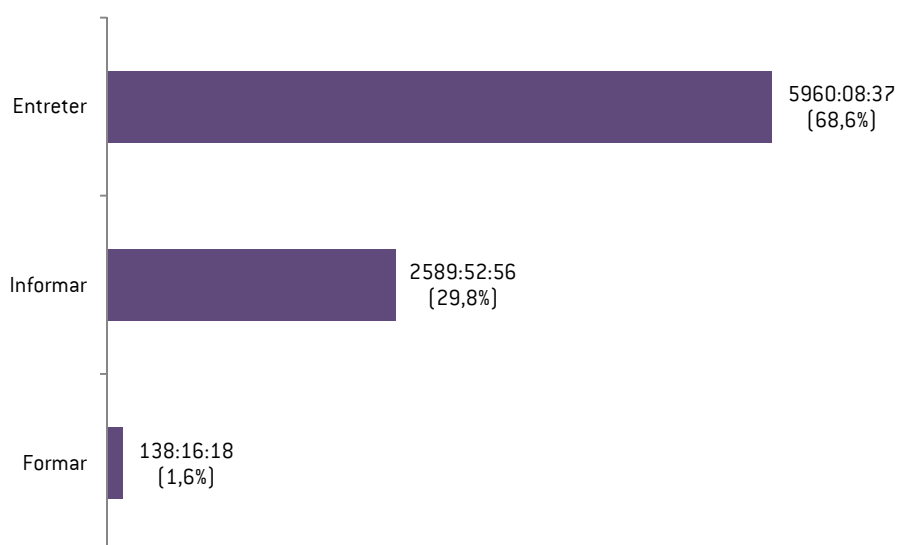
#### **e) Funções na programação**

A *Antena 2* apresenta conteúdos que desempenham três das quatro *funções* tipificadas da programação, embora mostre uma clara prevalência da função *entretener*.

---

<sup>24</sup> <http://www.rtp.pt/play/p1812/e-deus-criou-o-mundo>, acessido a 26 de junho de 2017.

**Fig. 27** Duração das *funções* na programação da Antena 2 (2017)



N= 8688h17m51s (n.º total de horas de emissão na Antena 2)

Em 2016, perto de seis mil horas de programação da *Antena 2* resultaram ou tiveram como propósito **entreter** os públicos, o que corresponde a 68,6% da emissão total do serviço de programas. A *função* **informar** esteve presente em um pouco menos de um terço da programação (29,8%), com quase 2590 horas emitidas.

**Formar** é a *função* menos significativa da programação da *Antena 2*, correspondendo a 138 horas no conjunto do ano (1,6%).

A *função* que assume acentuada preponderância na programação da *Antena 2* – *entreter* – tem na *música de continuidade* o *género* de maior destaque, com 3520 horas de emissão que correspondem a 59,1% da duração desta *função*. Seguem-se os *géneros* *programa de música* (22,1%) e *espetáculo* (17,2%). Além dos três *géneros* da categoria música, apenas programas sem *género* definido de entretenimento (0,1%) contribuem para a *função* *entreter* na *Antena 2*. Considerando a *função* *informar*, verifica-se que *programa de música* é o *género* com maior relevância horária, assumindo 44,4% da duração da *função*. Estes programas abordam a música dos mais variados estilos na sua vertente contextual, histórica, compositores, intérpretes e outros protagonistas. A *Antena 2* vai assim ao encontro das exigências que lhe são cometidas pelo CCSPT.

O segundo *género* mais destacado na vertente informativa – *artes e média* (37,2%) – compõe-se de programas e correspondem àqueles conteúdos que não estão fundados sobre uma orientação essencialmente pedagógica ou formativa, (estes classificados como *educativos*).

Neste conjunto cabem programas como “A Ronda da Noite”<sup>25</sup>, “Caleidoscópio”<sup>26</sup> ou “A Força das Coisas”<sup>27</sup>.

Nas grelhas da *Antena 2*, *formar* é uma *função* cumprida em grande parte pelos programas *educativos*, consistindo estes em 51,3 % do total do tempo de emissão da função referida. São deles exemplo os programas: “Páginas de Português” ou “Em Nome do Ouvinte”. A categoria *artes e média* também sobressai: cobre mais de um terço (34,6 %) da função e nela encontra-se integrado o programa “A Vida Breve”.

No que toca às funções desempenhadas, os programas de *artes e média* mostram-se ecléticos: constituem 37,2 % da *função informar* e 34,6 % da *função formar*.

*Programa de música* é um género que se apresenta ainda mais variado em termos da função que desempenha, uma vez que representa 44,4 % da *função informar*, 22,1 % da duração da programação cujo principal móbil é *entreter* e 5,6 % da *função formar*.

Esta variedade de funções cumpridas pelos programas de música fica a dever-se ao facto de alguns, tendo como tema de base a música, incluírem informação sobre a vida e a obra de compositores ou intérpretes, aspetos de correntes estéticas ou períodos históricos específicos, assumindo desse modo uma vertente formativa. Veja-se, por exemplo, o já mencionado “A Vida Breve”. “A Ronda da Noite” ou “A Força das Coisas”, por seu turno, resultam num público mais informado acerca destes aspetos da música.

### C. Diversidade da Programação da *Antena 3* (2016)

- «Um serviço de programas nacional vocacionado para o público mais jovem, que reflita as suas diversas aspirações e interesses, promova novas ideias e projetos e estimule a sua atitude crítica e participação na sociedade»<sup>28</sup>.

#### a) Grelha semanal

Em 2016, a estrutura geral das grelhas de programas da *Antena 3* manteve-se estável, tendo sofrido algumas alterações no mês de setembro, ganhando um alinhamento diário ligeiramente distinto no último trimestre do ano (Cf. Anexo III – Figuras).

A programação semanal da *Antena 3* que vigorou na maior parte do ano, entre janeiro e setembro de 2016, mostra um alinhamento assente em programas que se mantêm de segunda a sexta-feira, no mesmo horário. Muitos destes têm durações de três horas a cargo de um mesmo locutor e funcionam como grandes agregadores que se assemelham a “programas-contentor”, uma vez que integram diversos outros programas ou rubricas de curta duração.

---

<sup>25</sup> «A Ronda da Noite recebe e divulga escritores, artistas, gente com conhecimento e imaginação, autores de exceção. Mostra o novo mas também recupera memórias e momentos, e sai do estúdio para palcos de criação e fruição. Antes do dia acabar, a rádio tem ideias para discutir e histórias para contar. Como num quadro de Rembrandt». <http://www.rtp.pt/play/p1299/a-ronda-da-noite#sthash.p4oQ54HA.dpuf>, acessido a 26 de junho de 2017.

<sup>26</sup> <http://www.rtp.pt/play/p330/caleidoscopio>, acessido a 26 de junho de 2017.

<sup>27</sup> «Livros, autores e editores. Uma celebração do gosto e da escrita». <http://www.rtp.pt/play/p321/a-forca-das-coisas#sthash.sX7IPMuw.dpuf>, acessido a 26 de junho de 2017.

<sup>28</sup> Cf. CCSPRT, cláusula 15.ª, n.º 2, al. c).

As designações destes espaços são genéricas e remetem para o período horário em que o bloco é emitido: “A3 – 10h/13h”, “A3 – 13h/16h”, “A3 – 16h/19h” e “A3 – 20h/22h” (de segunda a quinta, neste último caso). Cada um deles é conduzido por uma personalidade diferente, o que contribui para moldar a identidade do horário e funcionar como elemento de reconhecimento para os ouvintes, que associam a personalidade ao horário.

As segundas-feiras, no período da meia-noite às 03h, apresentam dois programas distintos dos restantes dias úteis, um deles é a reposição do “Índice A3-30”, entre as 0h e a 1h. Nas duas horas seguintes é a vez de “Rimas e Batidas”. À sexta-feira, em vez do habitual “Prova Oral”, é o programa de humor “Fora do 5” que ocupa o intervalo das 19h às 20h.

Com a alteração da grelha deste serviço de programas, em setembro, alguns programas são substituídos e, sobretudo, assiste-se à reorganização horária dos programas de autor. Por exemplo, “Portugal 3.0”, de Álvaro Costa, e “Jacuzzi”, de Sean Riley são preteridos. “Cantigas de Amigo”, de Adolfo Luxúria Canibal, inicia esteia-se à segunda-feira entre as 0h e as 2h, tomando o lugar de “Rimas e Batidas”, de Rui Miguel Abreu, que se move para as quartas-feiras no mesmo horário. Entram na grelha programas como “Bons Rapazes”, de Álvaro Costa e Miguel Quintão, “Casa Branca”, “Domingo no Mundo” e o humorístico “Obrigado Internet”.

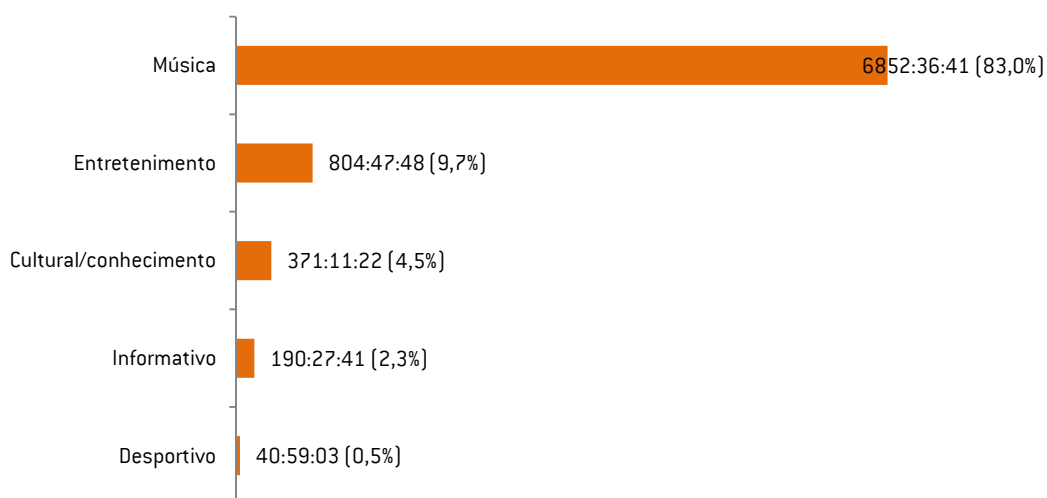
De segunda a sexta-feira, as grelhas da *Antena 3* apresentam um conjunto de pequenos programas e rubricas inseridos nos programas de longa duração (cf. Anexo III - Figuras). Estes espaços de programação ocorrem entre as 7h e as 21h40 aos dias de semana, com os noticiários a manter uma cadência horária entre as 7h e as 10h e entre as 16h e as 19h (um hiato entre as 10h e as 16h). Ao fim-de-semana a expressão dos pequenos formatos é substancialmente inferior.

No que toca aos formatos de curta duração, após a drástica quebra de diversidade registada entre 2014 e 2015 - de 49 programas de pequeno formato que foram reduzidos a 24 no ano seguinte – em 2016 identificou-se um total de 22 espaços de pequeno formato.

### b) Diversidade de géneros radiofónicos

A programação da *Antena 3* abrange as seis principais categorias de géneros de programas previstas nesta análise – *informativo, desportivo, música, entretenimento e cultural/conhecimento* –, ficando de fora os programas institucionais ou religiosos.

**Fig. 28** Duração dos *macrogéneros* na programação da *Antena 3* (2016)



N= 8260h02m35s (n.º total de horas de emissão na *Antena 3*)



Em 2016, *música* manteve-se como a categoria de programas mais emitida pela *Antena 3*, que representa mais de oito em cada dez horas de emissão.

A segunda categoria de conteúdos mais relevante na programação é *entretenimento*, que, a grande distância, representa perto de uma em cada dez horas de emissão. Os conteúdos do género *cultural/conhecimento* são os terceiros mais persistentes nas grelhas da *Antena 3*, apesar de a sua importância relativa ter decrescido face ao ano anterior (decrécimo 2,8 pontos percentuais, relativamente a 2015). Os programas de informação, por serem de pequeno formato, representaram menos de 200 horas anuais, correspondentes a uma duração média diária de 31h13m00s. Os *desportivos* continuam, como em 2015, a ser os menos representados.

**Fig. 29 Duração de géneros radiofónicos na programação da Antena 3 (2016)**

Género	Duração	
	hh:mm:ss	%
Noticiário	99:18:00	1,2
Debate/entrevista	14:31:11	0,2
Boletim meteorológico	9:12:00	0,1
Informação de trânsito	67:26:30	0,8
Comentário desportivo	40:59:03	0,5
Programa de música	3331:29:41	40,3
Música de continuidade	<b>3465:47:55</b>	<b>42,0</b>
Espetáculo	55:19:05	0,7
Concurso/jogo	0:58:10	0,01
Jogo interativo	0:30:00	0,01
Humor	132:48:43	1,6
Infotainment	6:40:27	0,1
Talk show	550:50:15	6,7
Outro (entretenimento)	113:00:13	1,4
Artes e media	337:37:01	4,1
Ciências e humanidades	24:44:52	0,3
Comemorações e efemérides	1:00:00	0,01
Educativo	7:49:29	0,1
<b>Total</b>	<b>8260:02:35</b>	<b>100,00</b>

Na análise da programação à luz dos 31 géneros resultantes da desagregação das seis grandes categorias, foram identificados 18 géneros no conjunto da programação da *Antena 3*, em 2016. Destes, o que apresenta maior duração total é a *música de continuidade*, que ocupa mais de quatro em cada dez horas de emissão total do ano, com uma duração média diária de 09h28m10s. Segue-se *programa de música*, que soma em média 09h06m09s diários. Os dois géneros encontram-se separados por 1,6 pontos percentuais. Em conjunto, as duas categorias ultrapassam quatro quintos (82,3 %) do volume horário de programação anual da *Antena 3*.

*Música de continuidade* deve o seu destaque nas grelhas aos programas de longa duração que predominam em certos períodos horários. Surge como elemento relevante dos programas-contendor, tal como os momentos de locução, entre as rubricas que neles são apresentadas. Em 2016 foram emitidas 43703 faixas de música nestas condições, ou seja, sem contabilizar a música emitida em programas de autor. Aliás, a música assume maior importância como conteúdo de rádio num serviço de programas cujo público-alvo são as camadas mais jovens da população, conforme se encontra definido no CCSPRT.

As 3331 horas de *programas de música* registadas, por seu lado, são dedicadas a diferentes estilos musicais. Em termos de diversificação dos conteúdos, estes programas aportam para as

grelhas a mais-valia de se dedicarem a estilos musicais específicos. Assim, funcionam como programas temáticos em torno de um determinado estilo ou época. Destaque-se alguns dos programas de música mais relevantes, em volume horário, na antena deste serviço de programas: a música portuguesa mais recente é tratada no “Portugália”, a música de dança tem o espaço de duas horas do programas “Rui Vargas – Música com Pés e Cabeça” («velhos e futuros clássicos, revelações e redescobertas, novas sonoridades e revivalismo»<sup>29</sup>), o programa “Alta Tensão” é dedicado ao *heavy metal* (abrangendo, conforme a sinopse no site indica, «música pesada de várias origens e expressividades»<sup>30</sup>) e o programa “Indiegente”, que o serviço de programas define como «o som mais alternativo e atual da rádio.»<sup>31</sup> A estes exemplos somam-se vários outros, direcionados para variados estilos de música.

Entre estes programas, a *Antena 3* manteve, ao longo de 2016, programas de autor conduzidos por músicos ou bandas, criando ligação destes com o público: “Casa Branca”, de White Haus; “Cantigas de Amigo”, de Adolfo Luxúria Canibal; “Tatá é uma Corneta”, de Linda Martini ou “Orelha no Ar”, de Orelha Negra.

Dado o predomínio dos dois *géneros* referidos, os restantes têm uma presença em antena muito menor: o terceiro *género* mais relevante é *talk show*, com 551 horas de emissão anuais (6,7%). “Prova Oral” e “Bons Rapazes”, este «um talk-show com música no meio, de Álvaro Costa e Miguel Quintão», são os principais títulos integrantes desta categoria.

O *género artes e média* figura em 2016 no quarto lugar da tabela, com 338 horas anuais que são contabilizadas a partir de um conjunto variado de programas, onde sobressai como dominante o magazine cultural “Domínio Público”, em versão longa e em rubrica. Continuam a constar programas como “Cinemax” e o magazine de cinema que se apresenta no formato longo e no formato rubrica “O Quinteto Era de Cordas”<sup>32</sup>. Regressou à antena entre janeiro e setembro o programa “Portugal 3.0”, em que «há artes, ciência, literatura, viagens, conversas e música»<sup>33</sup>, que tinha saído da programação da *Antena 3* em setembro de 2015.

Saliente-se a presença bastante residual dos *géneros concurso/jogo, jogo interativo* e das emissões dedicadas a *comemorações e efemérides*. A presença do desporto nesta antena também é muito limitada. Em 2016, registaram-se 41 horas de *comentário desportivo*, correspondentes ao programa “Linha Avançada”.

### **c) Diversidade de géneros radiofónicos por período horário**

A distribuição de géneros da *Antena 3* por faixas horárias permite apurar os tipos de conteúdos emitidos em cada período do dia e em que momentos o serviço de programas oferece maior diversidade.

---

<sup>29</sup> <https://www.rtp.pt/programa/radio/p2923>, acessido em 31 de maio 2017.

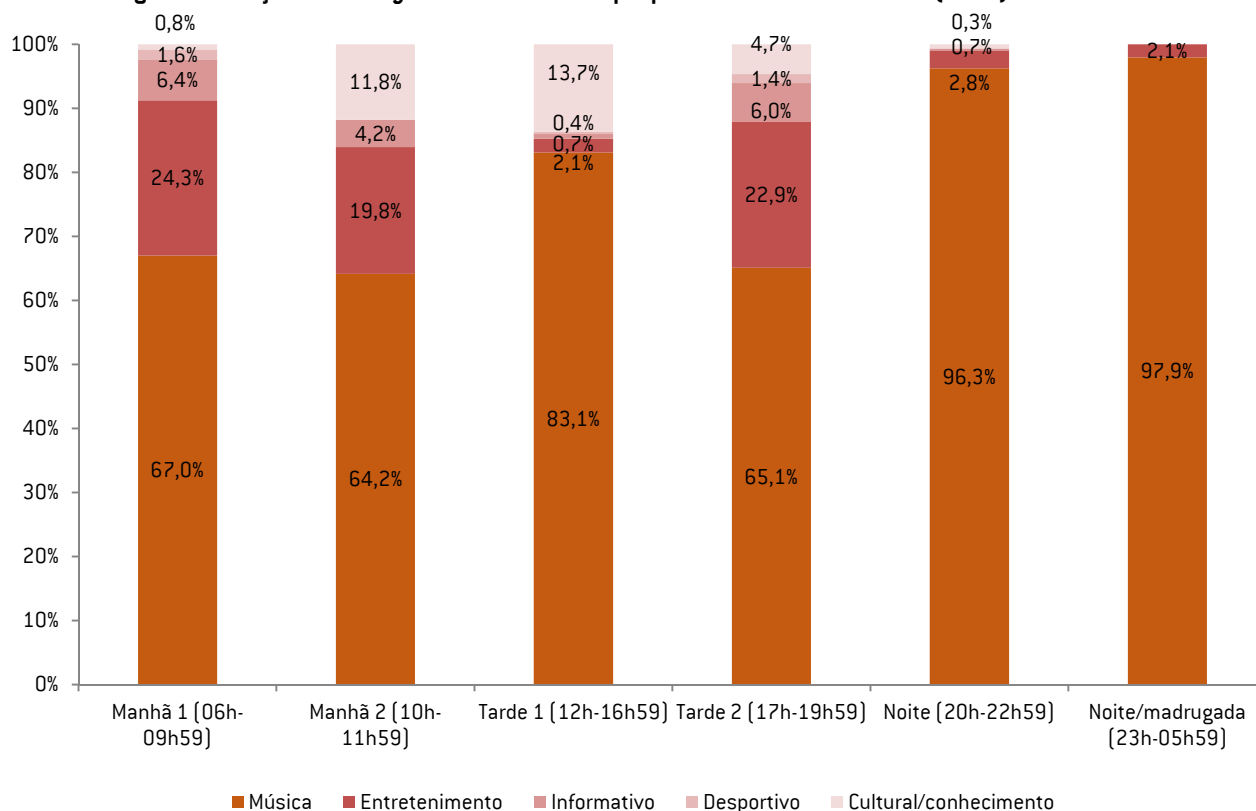
<sup>30</sup> <https://www.rtp.pt/programa/radio/p1068>, acessido a 31 de maio de 2017.

<sup>31</sup> <http://www.rtp.pt/play/p257/indiegente#sthash.I0T6Tyll.dpuf>, acessido a 31 de maio de 2017.

<sup>32</sup> <http://www.rtp.pt/play/p2008/o-quarteto-era-de-cordas>, acessido a 27 de maio de 2016.

<sup>33</sup> <http://www.rtp.pt/play/p1079/portugal-3-0#sthash.kden0fEl.dpuf>, acessido a 27 de maio de 2016.

**Fig. 30 Duração de macrogêneros radiofônicos por período horário na Antena 3 (2016)**



N= 1337h08m04s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 635h33m39s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1668h07m43s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 1038h30m05s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 1175h49m21s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2404h53m43s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada).

A programação da *Antena 3* caracteriza-se por um predomínio da *música* em todas as fases do dia. Sublinhe-se que estes conteúdos têm uma presença quase plena no período da *noite* (20h-22h59m) e da *noite/madrugada* (23h-05h59). Na *noite*, detetam-se outras três categorias de programas que, ainda que presentes, registam percentagens residuais: *cultural/conhecimento*, *informativo* e *entretenimento*. Os conteúdos desportivos estiveram ausentes deste período horário em 2016. Na madrugada, verifica-se a presença somente de mais uma categoria de conteúdos, a de *entretenimento*.

Em contraste, os horários em que a categoria de *música* é menos expressiva são a segunda parte da manhã (10h-11h59) e a o fim da tarde (17h-19h59), em ambos os casos aproxima-se dos dois terços. Na primeira parte da *manhã* (06-09h59) a música ultrapassa ligeiramente os dois terços do total de horas de emissão nesse período horário. A categoria de *entretenimento* é a segunda mais presente nestes três períodos horários: cerca de um quarto na *manhã 1*, ligeiramente inferior na *tarde 2* e aproximando-se de um quinto na *manhã 2*.

Considerando as categorias de *gênero* por período horário (Cf. Anexo III - Figuras), é possível observar o predomínio da *música de continuidade*, em quatro dos seis períodos horários, em termos de duração, sobretudo no período entre as 12h e as 16h59, em que supera dois terços do volume horário total. Estes são os mesmos períodos compostos principalmente por programas-contendor em que têm lugar variadas rubricas, unificadas pela emissão de conteúdos musicais, com a presença de um mesmo animador/locutor.

A partir das 20h e durante toda a *noite e madrugada*, até às 06h, são os *programas de música*, temáticos e normalmente assinados por uma personalidade (chamados programas de autor),

que se sobrepõem aos restantes *géneros*, representando no período noite/madrugada, entre as 23h e as 6h, quatro quintos do volume horário.

Assumindo-se que os conteúdos de música são dominantes em todas as fases do dia, resta perceber que outros surgem em cada período.

Observando a diversidade de *géneros* ao longo do dia, constata-se que nas *manhãs* (06h-09h59) existe presença de 13 dos 18 *géneros* emitidos pela *Antena 3* em 2016, o que torna este o período mais diverso do dia. Ainda assim, a *música de continuidade* e os *programas de música* de fim-de-semana (“Caixa Ritmos”, “Muitos Mundos” ou “Playlist”) somados representam mais de dois terços (67,0 %) da programação do período. O *talk show* subiu o seu peso relativo, passando em 2016 a figurar no segundo lugar, com 239h20m38s, devido à repetição neste horário do programa “Prova Oral”, de Fernando Alvim.

No segundo período da manhã (10h-11h59), um pouco menos diverso, com 11 *géneros*, os programas de *entretenimento sem género definido* seguem-se aos habituais *programas de música* e *música de continuidade*, sobretudo devido à emissão de chamadas telefónicas no âmbito do programa “Donas da Casa”. Neste período cresce a importância relativa dos *programas de música*, cuja soma com *música de continuidade* resulta em 63,9 % das horas de emissão desta faixa horária.

Entre as 13h e as 14h59, contabilizou-se a presença de 12 *géneros* distintos. No entanto, a soma da *música de continuidade* e dos *programas de música* resulta numa forte presença em antena, acima de oito em cada dez horas (81,9%). *Artes e média* é, também aqui, o terceiro género mais representado, com a emissão de “Domínio Público” nesse horário, ao fim-de-semana, entre setembro e dezembro, e do programa “Por Estes Dias”. O género *educativo* apenas se apresenta neste período horário, mostrando-se mesmo assim residual.

Ao longo da tarde, entre as 17h e as 19h59, torna a aumentar o peso relativo dos *programas de música*, com concomitante perda de importância da *música de continuidade*. Os *talk shows* também reforçam a presença em antena neste horário, período do dia em que têm maior presença total, devido à emissão de “Prova Oral”.

No intervalo horário *noite* (20h-22h59), que oferece dez *géneros* de conteúdos, inverte-se a hierarquia dos dois *géneros* mais representados. Os *programas de música* incluem “MQ3”, “Portugália” e “Rui Vargas – Música com Pés e Cabeça”.

Na *noite/madrugada* (23h-05h59), o período menos diverso, estão presentes apenas cinco *géneros*, com a programação quase integralmente concentrada nas duas categorias dominantes referidas, que em conjunto alcançam 97,8% do intervalo, registando-se clara prevalência dos *programas de música*, a rondarem quatro quintos do volume horário nesta faixa.

#### **d) Diversidade de géneros radiofónicos por período semanal**

A *Antena 3* apresenta uma grelha de programação mais diversificada nos *dias de semana* do que nos *fins de semana*, em termos de *géneros*. Nos dias de semana, apresenta conteúdos pertencentes a 16 dos 18 *géneros* emitidos ao longo do ano. Aos fins de semana são nove as categorias de programas que preenchem a antena.

**Fig. 31 Duração de géneros por período semanal na Antena 3 (2016)**

Género	Dia de semana		Dia de fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Noticiário	99:18:00	1,7%	-	-
Debate/entrevista	-	-	14:31:11	0,6%
Boletim meteorológico	9:12:00	0,2%	-	-
Informação de trânsito	67:26:30	1,2%	-	-
Comentário desportivo	40:59:03	0,7%	-	-
Programa de música	1765:59:13	30,6%	<b>1565:30:28</b>	<b>62,9%</b>
Música de continuidade	<b>2832:48:18</b>	<b>49,1%</b>	632:59:37	25,4%
Espetáculo	21:32:28	0,4%	33:46:37	1,4%
Concurso/jogo	0:58:10	0,02%	-	-
Jogo interativo	0:30:00	0,01%	-	-
Humor	112:30:51	1,9%	20:17:52	0,8%
Infotainment	6:40:27	0,1%	-	-
Talk show	500:21:24	8,7%	50:28:51	2,0%
Outro (entretenimento)	113:00:13	2,0%	-	-
Artes e <i>media</i>	175:21:24	3,0%	162:15:37	6,5%
Ciências e humanidades	22:30:00	0,4%	2:14:52	0,1%
Comemorações e efemérides	1:00:00	0,02%	-	-
Educativo	-	-	7:49:29	0,3%
<b>Total</b>	<b>5770:08:01</b>	<b>100,0%</b>	<b>2489:54:34</b>	<b>100,0%</b>

Nos dias de semana, a *música de continuidade* é o género que representa quase metade do tempo total de programação, o que corresponde a 2833 horas de emissão. A grande distância, surge outro género da mesma categoria, o dos *programas de música*, com perto de um terço da duração. O *talk show* surge em terceiro lugar, mas com menos de 10 por cento do volume horário. A percentagem mais diminuta deste período semanal cabe aos *concursos/jogos* e aos jogos interativos, que registam valores residuais. Também diminuta é a presença de transmissões associadas a comemorações/efemérides. No caso, refere-se a um programa comemorativo do 25 de Abril, subordinado a música e política.

Nos fins de semana, a macro categoria *música* representa quase nove em cada dez horas de programação emitidas (88,3%). Em contraste com os dias de semana, os *programas de música* são o género dominante, acercando-se de dois terços da duração. A esta percentagem soma-se a da *música de continuidade* – um quarto do volume horário.

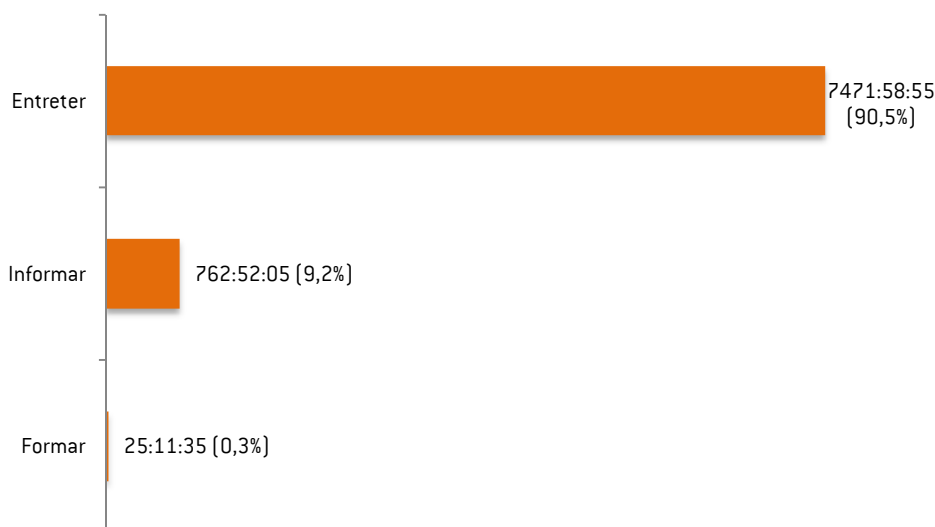
Os programas *informativos* quase desaparecem das grelhas dos sábados e domingos, ainda que os programas de *debate/entrevista* só figurem neste período da semana.

Ao fim de semana as grelhas apresentam-se menos diversas: estão ausentes da grelha os *noticiários*, informação de *meteorologia*, *informação de trânsito*, *concursos/jogos*, *jogos interativos*, programas de *infotainment*, de *entretenimento* sem género definido, *comemorações/efemérides* e *comentário desportivo* que corresponde ao programa “Linha Avançada”, emitido somente aos dias de semana.

### e) Funções na programação

A programação da *Antena 3* cumpriu, em 2016, três das *funções* previstas na presente análise para os conteúdos de radiodifusão.

Fig. 32 Duração das *funções* da programação da *Antena 3* (2016)



N= 8260h02m35s (n.º total de horas de emissão na *Antena 3*)

A função *entreter* é a mais significativa no conjunto da emissão da *Antena 3*, preenchendo 7472 horas, que se traduzem em mais de nove em cada dez horas.

As 763 horas de emissão de conteúdos destinados a *informar* fazem desta a segunda *função* mais saliente na *Antena 3*, aproximando-se de um décimo da programação total.

*Formar* tem uma presença residual, com 25 horas contabilizadas na programação de 2016, correspondentes aos programas “A Hora do Sexo” e “Em Nome do Ouvinte”.

Uma visão geral sobre a distribuição das *funções* dos conteúdos pelos *géneros* de programas confirma a expectável correspondência entre ambos (Cf. Anexo III - Figuras).

*Informar* é a função primordial associada a metade (nove) dos *géneros* apresentados pela *Antena 3* em 2016. Tratando-se de um serviço de programas vocacionado para um público específico – os mais jovens – esta *função* acaba por não estar marcadamente associada às categorias do *macrogénero informativo*, como é normal suceder noutros serviços de programas. *Artes e media* é, assim, o género predominante nesta *função*, não chegando porém a representar metade do tempo total. O magazine “Domínio Público”, na versão longa e em formato de rubrica, é o programa que mais tempo conta em antena, neste género. São exemplos deste tipo de programas, o magazine “Cinemax” e “O Quinteto Era de Cordas”, ambos sobre cinema. “O Último Livro que me Bateu” onde a cada edição uma pessoa diferente recomenda um livro e “Portugal 3.0” são outros dos títulos que se enquadram nesta esfera.

Os *programas de música* foram o segundo género mais relevante no conjunto dos que resultam na informação dos públicos, com praticamente um quarto do tempo total da função. Este género tinha-se apresentado, no ano anterior, em quarto lugar na grelha, pelo que se verificou em 2016 um aumento do seu peso relativo. Os *noticiários*, apesar de muito frequentes (com 1986 edições em 2016), dada a sua curta duração (três minutos), representaram 13,0 % da duração total da função *informar*.

*Formar* cumpre-se apenas por duas categorias – *ciências e humanidades e educativos* – sendo que a primeira prevalece. “A Hora do Sexo”, programa com uma duração entre cinco a sete minutos e duas edições diárias, preenche totalmente a primeira categoria e “Em Nome do Ouvinte” tem o monopólio da segunda.

Apesar de ser cumprida por dez categorias, a *função entreter* encontra-se altamente concentrada nos géneros *música de continuidade* e *programa de música* que, somados, representam 88,5 % do tempo total da *função*.

Com importância relativa inferior a 10%, há a salientar dois géneros: os programas de *talk show*, terceiro *género* mais significativo na duração total da *função entreter*, e *humor* que ronda os 2% da duração total da *função*, com programas de pequeno formato como “#quemacreditavai”, “Aleixo FM” ou “Audiogésicos da Dra. Ana Correia”. Neste género, estrearam em 2016 “Mata Bicho”, “Aleixo Olímpico”, “O Pior do Mundo São as Crianças” e “Obrigado Internet”.

A *função formar* conta apenas 25 horas de programação anual na Antena 3, destacando-se a prevalência do género *ciências e humanidades* (68,9%) representado pelo programa “A Hora do Sexo”.

#### **D. Multimédia**

A Rádio e Televisão de Portugal, concessionária do serviço público de Rádio e Televisão, em cumprimento do disposto no CCSPRT no que respeita às vertentes da inovação tecnológica e de conteúdos multimédia (Cf. Anexo II - Obrigações), disponibiliza um portal (<http://www.rtp.pt/radio/>) a partir do qual é possível ao utilizador aceder às emissões em direto dos três serviços de programas de rádio em análise<sup>34</sup> e ainda a outras dez emissões: *Antena 1 Madeira*, *Antena 1 Açores*, *Antena 1 Vida*, *Antena 1 Fado*, *Antena 2 Ópera*, *Antena 3 Madeira*, *Rádio Lusitânia*, *Rádio 80*, *RDP Internacional* e *RDP África*.

O mesmo portal, através de acesso *on demand*, permite ao utilizador ouvir a quase totalidade dos programas emitidos na rádio, a partir de pesquisa alfabética, que são mantidos em arquivo com atualização permanente das edições mais recentes. Assim, os cidadãos acedem gratuitamente a partir da internet aos conteúdos emitidos pelo serviço público de rádio, a qualquer hora e lugar, também em dispositivos móveis (*RTP Mobile*).

No seu conjunto, estes conteúdos respondem já às obrigações contidas na cláusula 17.<sup>a</sup> do CCSPRT, designadamente nos n.ºs 1 e 2, transcritas acima.

No sítio da *Antena 1* (<http://www.rtp.pt/antena1/>) é disponibilizada a emissão em direto, assim como espaços específicos dedicados aos conteúdos informativos e desportivos, com respetivos destaques das principais notícias do dia e a programas ou a eventos acompanhados pela *Antena 1*, como é de festivais de música ou exposições.

Além de estarem acessíveis via *RTP Play*, alguns programas podem ser acedidos também através de *podcasts* que é possível subscrever. Também está disponível a subscrição por *e-mail* de uma *newsletter* com os principais destaques noticiosos do dia. Há ainda a possibilidade de descarregar a aplicação móvel RTP Notícias.

Apresenta ainda um *feed* com os conteúdos da página da rádio no *Facebook* (<https://www.facebook.com/antena1>), que tem mais de 203 mil fãs, e uma ligação direta para a

---

<sup>34</sup> Cf. <http://www.rtp.pt/play/direto/antena1>, <http://www.rtp.pt/play/direto/antena2> e <http://www.rtp.pt/play/direto/antena3>.

página desta rede social e também do *Twitter* (<https://twitter.com/antena1rtp>), com 110 mil seguidores através dos ícones situados na parte superior da homepage, junto da informação sobre as temperaturas atmosféricas e de trânsito.

O sítio da *Antena 2* (<http://www.rtp.pt/antena2/>) apresenta estrutura semelhante ao da *Antena 1*, embora os conteúdos colocados em destaque pertençam a categorias diversas: a informação e o desporto são substituídos por eventos como as Feiras do Livro, festivais de música clássica, erudita ou músicas do mundo, o concurso dedicado aos jovens Prémio Jovens Músicos que integra depois as grelhas da rádio, concertos e obras de compositores portugueses contemporâneos, vídeos da mesma natureza e ainda uma área especificamente dedicada à ópera.

Disponibiliza a emissão em direto, informação sobre as grelhas diária, semanal e mensal, o concurso para jovens músicos e destaques institucionais, também da televisão pública, a par dos podcasts de vários programas do operador. Através do RTP Play, acede-se a programação on demand (conteúdos gravados), e do canal “Ópera”, a uma web rádio, que difunde estas obras. Em “Fora de Portas”, a *Antena 2* publica a agenda cultural, com predomínio de concertos e festivais de música (nacionais e internacionais) que transmite, ligados a programas que os divulgam e, em alguns casos, os desenvolvem. O “+Antena2” corresponde a um arquivo de vídeos de concertos, argumentos e letras de canções, organizados por compositor e do programa “Dois ao Quadrado”, sobre vários géneros musicais, do blues à eletrónica.

A *Antena 2*, tal como a *Antena 1*, mostra um *feed* com os conteúdos da página da rádio no *Facebook* (<https://www.facebook.com/antena2/>), onde reúne mais de 57 mil fãs, a estes somam-se mais de 13 mil seguidores no *Twitter* (<https://twitter.com/antena2rtp>). Disponibiliza da mesma forma os ícones destas duas redes sociais que ligam diretamente aos perfis da rádio. A *Antena 3* (<http://media.rtp.pt/antena3/>) apresenta a sua página com uma estrutura diversa das duas antenas já mencionadas, o que se conjuga com o facto de, por imposição do CCSPT, se dirigir a um público-alvo mais jovem. É possível, desde logo, aceder em direto à emissão de rádio. Em destaque surgem alguns programas da grelha. Junto desta, três opções indicam ao utilizador experiências diferentes: *ouvir*, *ver* e *ler*. Cada uma delas reencaminha o público para diferentes conteúdos. Em *ouvir*, por exemplo, estão disponíveis conteúdos como entrevistas, programas, rubricas, notícias, *mixtapes* ou especiais.

*Ver* redireciona o utilizador para uma listagem de conteúdos, desde documentários sobre música e músicos (“Antena3Docs”), reportagens e notícias (“Domínio Público”), *videoclips* de bandas e músicos portugueses, assim como momentos de música ao vivo nos estúdios da *Antena 3* (“Live”) e a versão vídeo de programas (“No Ar”).

Em *ler* acede-se a conteúdos escritos agrupados em entrevistas, artigos, especiais ou notícias. Na *homepage* encontram-se em destaque diversos tipos de conteúdos ligados à música, desde notícias a *videoclips*, informação sobre festivais de música ou de cinema.

Também a partir da *homepage* da *Antena 3* é possível aceder diretamente aos programas disponíveis no RTP Play, assim como à presença da rádio nas redes sociais: *Facebook* ([www.facebook.com/antena3rtp](http://www.facebook.com/antena3rtp)) onde reúne cerca de 340 mil fãs, *Twitter* (<https://twitter.com/antena3rtp>), com mais de 199 mil seguidores e *Instagram* (<https://www.instagram.com/antena3rtp/>), que registou o maior crescimento, com perto de



15000 seguidores,<sup>35</sup>. Também está disponível a ligação ao canal da rádio no *Youtube* (<https://www.youtube.com/user/antena3rtp>), *Google Play* e perfil no *Spotify*.

#### IV. METODOLOGIA

A análise incide sobre o *universo* de programas emitidos em 2016 pelos três serviços de programas do serviço público de rádio: *Antena 1*, *Antena 2* e *Antena 3*.

O modelo adotado tem por base a operacionalização de duas categorias principais: *géneros e funções na programação*. A sua conceção pretende, pois, responder aos objetivos centrais de identificar os *géneros radiofónicos* que constituíram as grelhas de programação e conhecer as *funções* prosseguidas pelos conteúdos disponibilizados aos ouvintes dos três serviços de programas da rádio pública.

Entende-se por *género* a identificação de estruturas e de modelos de apresentação de programas de rádio relativamente padronizados e associados aos conteúdos temáticos que difundem, com base nos quais é estruturada uma grelha de programação.

A identificação dos *géneros radiofónicos* é efetuada a dois níveis:

- a) *Nível I – Macrogéneros*: a classificação de programas de acordo com grandes *categorias de programação* que agregam diferentes géneros associados à difusão de um determinado conteúdo temático de base. No presente estudo são considerados seis *macrogéneros*: *informativo, desportivo, música, entretenimento, cultural/conhecimento e institucional/religioso*.
- b) *Nível II – Géneros*: resulta do refinamento das categorias de nível macro, identificando modelos de apresentação e conceção particulares de programas, os quais se encontram associados à difusão de um determinado conteúdo específico, integrando uma das grandes *categorias de programação* consideradas. A título de exemplo, a macrocategoria *desportivo* é subdividida em quatro *géneros* particulares: *informação desportiva, transmissão desportiva, resumo desportivo e comentário desportivo*.

A grelha de classificação integra seis categorias de *macrogéneros* e 31 categorias de *géneros* (cf. Anexo I - Anexo Metodológico, Fig. 33).

No que respeita ao conceito de *função na programação*, define-se como a finalidade prevalecente num determinado programa de acordo com os critérios definidos no âmbito da presente análise e que resultam nas categorias: *informar, formar, entreter e promover/divulgar*. A prossecução destas funções, regra geral, encontra-se diretamente associada à ocorrência de determinados *géneros* na grelha de programação – a título ilustrativo, o *noticiário* associa-se à função *informar*, assim como um programa classificado como *educativo* apresenta *formar* como a função predominante. Independentemente de cada programa ser apreciado individualmente à luz desta variável, apresenta-se em anexo uma grelha de referência sobre a correspondência entre *géneros* e *funções* de programação (cf. Anexo I – Anexo Metodológico, Fig. 34).

Por *unidade de análise* entende-se todos os espaços que se apresentam como elementos autónomos, com uma identificação própria e delimitados temporalmente na grelha de programação.

---

<sup>35</sup> Páginas consultadas a 31 de maio de 2017 (última consulta).

O recenseamento das *unidades de análise* foi realizado com base no registo efetuado pela concessionária do serviço público de rádio e televisão de todos os programas/rubricas emitidos pelos serviços de programas *Antena 1, Antena 2 e Antena 3*, durante o ano de 2015.

O registo da totalidade da programação das três antenas foi remetido pelo operador numa base de dados, cujas entradas foram validadas e codificadas de acordo com o modelo de análise definido pela ERC. Deste processo de validação e codificação resultou uma base de dados nos moldes que constam no Anexo I – Anexo Metodológico.

Os resultados expostos repousam sobre o recurso a duas unidades de medida: *frequência* – número de ocorrências de programas/unidades de programação emitidas – e *duração* [hh:mm:ss], tendo sido privilegiada esta última. A opção deriva do facto de a programação de rádio apresentar características próprias do meio, que levam a que nas suas grelhas diárias de emissão figurem grandes blocos que englobam conteúdos diversos: desde programas em pequeno formato, rubricas, passatempos, passando por música, noticiários, entre outros. Essas grandes unidades de programação contínua a cargo de um mesmo locutor/apresentador aproximam-se da noção de “programa-contentor”. Assim, a opção pela duração pretende aproximar os resultados desta análise à realidade, através da perceção da percentagem relativa de tempo de exposição dos ouvintes a tipos de programas e duração das funções por estes prosseguidas.

O quadro metodológico utilizado encontra-se explicado de forma detalhada no anexo que constitui parte integrante do presente capítulo (Anexo I – Anexo Metodológico).

## V. ANEXOS

### A. ANEXO I – ASPETOS METODOLÓGICOS

#### a) Géneros radiofónicos

A noção de *género radiofónico* remete para a classificação dos diferentes tipos de conteúdos que se apresentam como unidades autónomas no alinhamento global de programação de um serviço de programas de rádio, nos quais é possível reconhecer formatos relativamente padronizados e que estruturam as grelhas de emissão.

A operacionalização da noção de *género radiofónico* enquanto conceito analítico apresenta-se, no entanto, problemática, desde logo por se tratar de um conceito *multidimensional*. A classificação de *géneros radiofónicos* pode colocar-se a vários níveis, tomando em consideração as diferentes dimensões sob as quais os programas podem ser analisados.

A presente análise não está orientada para a superação definitiva desta questão. O objetivo central consiste sim em aplicar uma tipologia de *géneros radiofónicos* que permita observar as práticas de programação dos serviços de programas considerados.

A grelha de classificação adotada compreende uma análise dos programas de rádio a dois níveis. Numa primeira abordagem, são consideradas seis grandes *categorias de programação*, designadas por *macrogéneros*, estabelecidas segundo as *intencionalidades* que prosseguem, os *públicos-alvo* a que se dirigem ou os tipos de *conteúdos* que veiculam: *informativo, desportivo, música, entretenimento, cultural/conhecimento e institucional/religioso*.

Para uma análise mais fina, cada uma destas grandes categorias de géneros radiofónicos conhece um desdobramento num segundo nível - *géneros radiofónicos* -, em que se procura especificar com maior acuidade os tipos de programas em função dos *formatos* que assumem ou do seu *conteúdo*. Esta grelha compreende 31 *géneros* radiofónicos.

#### b) Grelha de classificação geral de géneros radiofónicos – *macrogéneros* e *géneros*

**Informativo:** programas predominantemente vocacionados para a informação dos públicos acerca dos assuntos relevantes da atualidade, compreendendo *noticiários*, programas de *debate e entrevista*, de *antena aberta, comentário, edição especial e magazines informativos*, mas também informação específica como é o caso da meteorologia, trânsito ou bolsa.

**Desportivo:** programas vocacionados para conteúdos relacionados com o desporto, seja a informação sobre a atualidade, seja a exibição de competições desportivas das diversas modalidades; inclui *informação desportiva* (independentemente da especialização numa modalidade), *transmissões desportivas, resumos desportivos* (todas as modalidades) e programas de *comentário desportivo*.

**Música:** classifica conteúdos de índole musical, estejam eles organizados em programas de música, subordinados a géneros específicos ou programas de autor, mas também inclui os conteúdos musicais transmitidos em *playlist* e a transmissão de espetáculos musicais. Assim, esta categoria encontra-se subdividida nos géneros: *programa de música, música de continuidade e espetáculos*.

**Entretenimento:** programas que prosseguem como vocação predominante o entretenimento dos ouvintes, compreendendo *concursos/jogos, jogos interativos*, programas de *humor, talk shows e infotainment* (programas que seguem formatos dos géneros *informativos*, mas tendo como intenção principal o entretenimento dos públicos).

**Cultural/conhecimento:** programas mormente dedicados à apresentação, divulgação e/ou informação sobre manifestações e expressões artísticas (literatura, cinema, teatro, dança, música, etc.), bem como para divulgar e informar sobre áreas do conhecimento e da

investigação científica em diferentes campos do saber. Incluem-se também nesta categoria os programas *educativos*, entendidos como programas especificamente dedicados à formação dos públicos. A programação especificamente dedicada a assinalar datas comemorativas e efemérides, fora da vertente institucional, também se inclui nesta categoria – *género comemorações e efemérides*. Integram ainda esta categoria os programas dedicados a *artes e media, ciências e humanidades e educativos*.

**Institucional/religioso:** programas sobretudo desenvolvidos por entidades externas ao operador de rádio pública, cuja função consiste na divulgação e promoção das atividades, dos projetos ou das doutrinas das entidades promotoras. Integram-se nesta categoria os espaços de programação desenvolvidos por entidades públicas, privadas ou por outras organizações da sociedade civil.

**Fig. 33 Grelha de classificação de géneros radiofónicos**

Género 1º Nível	Género 2º Nível
Macrogénero	Género
1. Informativo	1.1. Noticiário
	1.2. Reportagem
	1.3. Debate/Entrevista
	1.4. Comentário
	1.5. Edição especial
	1.6. Magazine informativo
	1.7. Antena aberta
	1.8. Boletim meteorológico
	1.9. Informação trânsito
	1.10. Informação bolsista
	1.11. Outro (informação)
2. Desportivo	2.1. Informação desportiva
	2.2. Transmissão desportiva
	2.3. Resumo desportivo
	2.4. Comentário desportivo
3. Música	3.1. Programa de música
	3.2. Música de continuidade
	3.3. Espetáculos
4. Entretenimento	4.1. Concurso/jogo
	4.2. Jogo interativo
	4.3. Humor
	4.4. <i>Infotainment</i>
	4.5. <i>Talk show</i>
	4.6. Outro (entretenimento)
5. Cultural/conhecimento	5.1. Artes e <i>media</i>
	5.2. Ciências e humanidades
	5.3. Comemorações e efemérides
	5.4. Educativo
	5.5. Outro (Cultural/conhecimento)
6. Institucional/religioso	6.1 Institucional
	6.2. Religioso

### c) Funções na programação

Entende-se por *função* a finalidade que o operador prossegue, sob o ponto de vista da recepção, com a seleção de um dado conteúdo radiofônico, tendo como ponto de partida a tríade clássica: *informar, formar e entreter*.

Além destas três *funções* centrais, considera-se ainda uma quarta aplicável a programas cuja finalidade central consiste na *promoção e divulgação*. Trata-se de programas que podem ser produzidos por entidades exteriores ao serviço de programas e que têm como finalidade primordial a divulgação de projetos, iniciativas, valores e/ou de ideias daqueles que os promovem.

A operacionalização da categoria *funções* encontra-se diretamente ligada ao conceito de *género radiofónico*. Parte-se do pressuposto de que as *funções* da programação não são dissociáveis dos *géneros radiofónicos* presentes nas grelhas de programação, considerando-se que se verifica, na maioria dos casos, uma correspondência entre estas duas dimensões de análise. Refira-se, contudo, que essa correspondência nem sempre é direta, pelo que não se dispensa a verificação das *funções* associadas a cada programa.

### d) Correspondência entre géneros radiofónicos e funções

A figura abaixo estabelece uma correspondência entre *géneros radiofónicos* e *funções*, a qual se apresenta como indicativa, pois é a observação casuística, atendendo à finalidade predominante que se procura atingir em cada programa, que dita a codificação de cada unidade de análise segundo a categoria *funções*.

Fig. 34 Quadro de referência na relação entre *funções* e *géneros radiofónicos*

Género	Funções
<b>1. Informativo</b>	
1.1. Noticiário	Informar
1.2. Reportagem	
1.3. Debate/Entrevista	
1.4. Comentário	
1.5. Edição especial	
1.6. Magazine informativo	
1.7. Antena aberta	
1.8. Boletim meteorológico	
1.9. Informação trânsito	
1.10. Informação bolsista	
1.11. Outro (informativo)	
<b>2. Desportivos</b>	
2.1. Informação desportiva	Informar
2.2. Transmissão desportiva	Entreter
2.3. Resumo desportivo	Informar
2.4. Comentário desportivo	Informar
<b>3. Música</b>	
3.1. Programa de música	Entreter/Informar
3.2. Música de continuidade	Entreter
3.3. Espetáculos	
<b>4. Entretenimento</b>	

4.1. Concurso/jogo 4.2. Jogo interativo 4.3. Humor 4.4. <i>Infotainment</i> 4.5. <i>Talk show</i> 4.6. Outro (entretenimento)	Entreter
<b>5. Culturais/conhecimento</b>	
5.1. Artes e <i>media</i> 5.2. Ciências e humanidades 5.3. Comemorações e efemérides 5.4. Educativo 5.5. Outro (cultural/conhecimento)	Informar/Formar  Formar Informar/Formar
<b>6. Institucionais/religiosos</b>	
6.1 Institucional 6.2. Religioso	Informar/Formar/Promover/divulgar Promover/divulgar

### e) Indicadores e modelo de análise

**Unidade de análise** – A *unidade de análise* corresponde a cada programa que se apresenta na grelha de programação como espaço autónomo, com um título identificativo e delimitado temporalmente na grelha de programação.

São excluídos os espaços dedicados a publicidade e autopromoções, bem como outros elementos de antena (separadores, indicativos de estação, etc.) não enquadráveis na definição de *unidades de análise*.

**Indicadores base de dados** – A análise partiu da codificação de todos os programas que constam das grelhas de programação dos três serviços de programas de rádio conforme o registo disponibilizado pela RTP – Rádio e Televisão de Portugal em 2016, constituindo-se a partir daí uma base de dados de acordo com os seguintes indicadores:

**Serviço de programas** – indica o nome do serviço de programas no qual foi emitido o programa.

**Data** – indica a data de exibição do programa (dd/mm/aaaa).

**Nome do programa** – indica o nome do programa tal como é apresentado na grelha.

**Duração** – indica a duração total do programa (hh:mm:ss).

**Género nível I** – indica o *macrogénero* em que se inscreve determinado programa de acordo com a classificação de géneros considerada.

**Género nível II** – indica o *género radiofónico* do programa de acordo com a classificação de géneros considerada.

**Função** – indica o fim predominante que o programa visa prosseguir na relação com o ouvinte, atendendo às quatro funções consideradas.

**Período horário** – indica o período horário em que o programa foi exibido, considerando seis períodos:

- Manhã 1 (06h00-09h59m);

- Manhã 2 (10h00-11h59m);

- Tarde 1 (12h00-16h59m);

- Tarde 2 (17h00-19h59m);

- Noite (20h00-22h59m);

- Noite/madrugada (23h00-05h59m).

Os programas cuja duração compreende dois destes períodos horários são classificados no período em que a sua duração é maior (por exemplo, um programa com início às 19h15m e fim às 21h30m é classificado como pertencendo ao período da *noite*).

**Período semanal** – indica o dia da semana em que o programa foi exibido, repartido entre *dia de semana* e de *fim de semana*.

#### **f) Fontes de informação/Processo de codificação**

**Fontes de informação** – A análise compreende o universo de programas emitidos pelos três serviços de programas do serviço público de radiodifusão sonora – *Antena 1, Antena 2, Antena 3*, de acordo com o registo enviado pelo operador.

Após o primeiro recenseamento de todos os programas emitidos em 2016, procedeu-se a um trabalho de validação dos dados obtidos, de modo a anular eventuais duplicações de unidades de análise ou da segmentação de alguns programas em partes e outros elementos de programação registados na fonte original que não se encontram contemplados na presente análise (por exemplo, autopromoções).

**Processo de codificação** – A codificação implica a verificação direta do registo áudio dos programas, coadjuvada pela descrição disponibilizada *online* e pela classificação dada pelo operador, designadamente no que respeita ao preenchimento dos indicadores *género nível I, género nível II e função*. A codificação foi realizada pelos serviços técnicos da ERC, tendo-se procedido posteriormente à validação de todas as entradas registadas na base de dados.

## Anexo II – Obrigações de programação

A análise de programação de rádio desenvolvida no presente capítulo adota como ponto de referência preceitos que constam do “Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão” - CCSPT.

Não se pretende abarcar todas as obrigações de programação estabelecidas no clausulado referido, mas apenas os aspetos que remetem para a apreciação do *pluralismo* e da *diversidade* da programação, aferidos em função da análise de *géneros televisivos* e das *funções predominantes* na programação dos três serviços de programas generalistas do setor público. São ainda consideradas as obrigações da concessionária relativamente ao estipulado na vertente de tecnologia e inovação, com incidência nos conteúdos multimédia disponibilizados. São estas obrigações que surgem listadas de seguida.

**Fig. 18 Quadro de referência – Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão**

### Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015

#### Cláusula 4.ª – Princípios de atuação

1. A Concessionária garante, nos termos do n.º 2 do artigo 50.º da Lei da Televisão, e do n.º 2 do artigo 48.º da Lei da Rádio, que a prestação do serviço público ocorre na estrita observância dos princípios da universalidade e da coesão nacional, da diversificação, da qualidade, da diferenciação e da indivisibilidade da programação, do pluralismo e do rigor, da isenção e da independência da informação, bem como do princípio da inovação.
2. Na aplicação dos princípios referidos no número anterior, a Concessionária assegura:  
(...)
  - c) Uma programação variada, contrastada e abrangente, que corresponda às necessidades e interesses dos diferentes públicos;
  - d) Uma programação de referência, qualitativamente exigente e que procure a valorização cultural e educacional dos cidadãos;
  - e) Uma programação globalmente diferenciadora face à oferta do mercado audiovisual português;
  - f) A possibilidade de expressão e debate das diversas correntes de opinião, designadamente de natureza política, religiosa e cultural;
  - g) A valorização da criatividade e a promoção do experimentalismo audiovisual;(...)
3. Sem prejuízo do cumprimento das obrigações especialmente previstas no presente Contrato, a correspondência da programação difundida pela Concessionária às exigências de serviço público deve ser avaliada de forma global, tendo em conta o conjunto de conteúdo e a programação dos diferentes serviços de programas de cada meio de comunicação social e atenta às especificidades de cada serviço de programas.

(...)

#### Cláusula 6.ª – Obrigações Específicas da Concessionária

1. Para além do cumprimento das obrigações gerais dos operadores de televisão e dos operadores de rádio, previstas no artigo 34.º da Lei da Televisão e no artigo 32.º da Lei da Rádio respetivamente, e de acordo com os princípios referidos na cláusula 4.ª, a Concessionária deve apresentar uma programação e conteúdos sonoros ou audiovisuais que promovam a formação cultural e cívica do público, garantindo o acesso de todos à informação, à educação e ao entretenimento de qualidade.
2. À Concessionária incumbe, designadamente:
  - a) Fornecer uma programação variada, diferenciadora e abrangente, que promova a diversidade cultural e tenha em conta os interesses das minorias;
  - b) Promover o acesso do público às manifestações culturais portuguesas e garantir a sua cobertura informativa adequada;
  - c) (...)
  - d) Garantir a produção e transmissão de programas educativos e de entretenimento, destinados ao público infanto-juvenil que contribuam para a formação, incluindo, quanto à televisão, nos serviços de âmbito nacional de acesso não condicionado livre, a emissão de espaços diários adequados ao escalão etário a que se destinem;
  - e) Garantir a transmissão de programas de carácter cultural, educativo e informativo para públicos específicos;
  - f) Garantir que os espaços de informação dos serviços de programas contribuem para a sensibilização dos públicos para as questões da integração, igualdade de género, coesão social e interesses das minorias;
  - g) Garantir a emissão de programas que valorizem a economia e a sociedade portuguesa na perspetiva do seu desenvolvimento;



h)	Participar em atividades de educação para os meios de comunicação social, garantindo nomeadamente a transmissão de programas orientados para esse objetivo;
(...)	
n)	Ceder tempo de emissão às confissões religiosas;
(...)	
q)	Ceder tempo de emissão aos Provedores do Serviço Público, em horário que estes considerem adequado, com a duração que julguem necessária consoante a matéria tratada, tendo em conta o limite máximo de uma hora de emissão por mês para cada Provedor ao qual este tempo de emissão se encontra sujeito, num dos serviços de programas de acesso não condicionado livre ou num dos serviços de programas radiofónicos.

**Fig. 19 Quadro de referência – Âmbito e ações a desenvolver em matéria de programação pelos serviços de programas de rádio**

<b>Serviço Público de Rádio</b>	
<b>Cláusula 15.ª – Âmbito</b>	
2. Integram o serviço público de rádio:	
a)	Um serviço de programas nacional de carácter generalista, com opções diversificadas e uma forte componente informativa e de entretenimento, destinado a servir a generalidade da população, atento às realidades regionais e à divulgação de música portuguesa, seus intérpretes e compositores, bem como às manifestações culturais, desportivas e outras, de grande interesse do público;
b)	Um serviço de programas nacional de índole cultural, respeitando padrões exigentes de qualidade em termos de estética, de conteúdo e tecnológicos, vocacionado para a transmissão de programas de música erudita, jazz, etnográfica e contemporânea, atento às suas manifestações mais significativas a nível nacional e internacional, interessado em fomentar o conhecimento e o gosto pela música, aberto à temática das letras, das artes e das ciências, sensível à modernidade;
c)	Um serviço de programas nacional vocacionado para o público mais jovem, que reflita as suas diversas aspirações e interesses, promova novas ideias e projetos e estimule a sua atitude crítica e participação na sociedade.
(...)	
<b>Cláusula 16.ª – Ações a Desenvolver em Matéria de Programação</b>	
Para concretização do disposto na cláusula anterior, a Concessionária deve desenvolver, sem prejuízo de outras que se venham a afigurar necessárias, em conformidade com o disposto no projeto estratégico a submeter pelo Conselho de Administração ao Conselho Geral Independente e a aprovar por este, as seguintes ações:	
a)	Promover a inserção, nas suas emissões, de programas que apoiem e divulguem as atividades destinadas a defender e consolidar as tradições e os costumes que consubstanciam a nossa identidade, bem como a promoção da língua e dos valores culturais portugueses;
(...)	
e)	Promover a produção e transmissão de concertos musicais, bem como a transmissão de concertos realizados no estrangeiro, nomeadamente nas emissões destinadas ao público jovem;
g)	Promover a divulgação de iniciativas e atividades desenvolvidas na área do desporto, profissional ou amador, quer em Portugal quer no estrangeiro, dando especial atenção às provas e competições que envolvam equipas ou atletas nacionais; e
h)	Promover a inclusão nas suas emissões de programas que apoiem e divulguem atividades nas áreas da saúde, educação, igualdade de género, defesa do consumidor e do ambiente, ou de outras de reconhecido interesse público.
<b>Cláusula 17.ª – Multimédia</b>	
1. A concessão do serviço público de rádio e televisão abrange a produção e difusão de conteúdos sonoros ou audiovisuais e a prestação de serviços multimédia de natureza informativa, educativa, formativa, cultural e de entretenimento nos diversos meios de comunicação, plataformas tecnológicas e terminais de acesso de uso generalizado do público, incluindo Internet.	
2. O serviço público de rádio e televisão prestado através da Internet pode abranger (...) a transmissão simultânea ou diferida, de programas de rádio e de televisão, a disponibilização de serviços e conteúdos audiovisuais especialmente concebidos e organizados para o meio e, em qualquer caso, a sua disponibilização a pedido individual do utilizador.	
(...)	
6. A concessionária disponibilizará na internet, de acordo com os critérios editoriais internos, os documentos sonoros e audiovisuais de relevante valor histórico, sociológico, científico, educativo ou artístico que promovam a salvaguarda da memória coletiva e o reforço da identidade nacional.	

## ANEXO III – Figuras

Fig. 1 Grelha de programação semanal da Antena 1 (Fevereiro 2016)



Hora Início	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	Hora Início				
00:00	Alma Lusa Edgar Canelas	Crónicas da Idade Média Ruben de Carvalho Iolanda Ferreira	Bairro Latino João Govern	Radicais Livres - REP L. Marinho, JN Pinto e R. Carvalho	O Povo Que Ainda Canta Tiago Pereira	A Páginas Tantas (REP) Ana Daniela Soares	Costa a Costa Pedro Costa	00:00				
01:00		Grandes Adeptos (REP) Tiago Alves	Alma Lusa (REP) Edgar Canelas	Linha do Horizonte José Carlos Trindade	Vozes da Lusofonia (REP) Edgar Canelas	O Amor é€ (REP) Prof. Júlio Machado Vaz e Ines Menezes		01:00				
02:00	Visão Global (REP) Ricardo Alexandre	Linha do Horizonte Carlos Trindade	José		Linha do Horizonte José Carlos Trindade	Linha do Horizonte José Carlos Trindade	Linha do Horizonte José Carlos Trindade	A Cena do Ódio (REP) David Ferreira	02:00			
03:00	Hotel Babilónia (REP) João Govern e Pedro Rolo Duarte							Linha do Horizonte José Carlos Trindade	José	Linha do Horizonte José Carlos Trindade	Linha do Horizonte José Carlos Trindade	Linha do Horizonte José Carlos Trindade
04:00				04:00								
05:00	José Candeias					Bairro Latino (REP) João Govern	Rosa dos Ventos (REP) Jorge Afonso	05:00				
06:00						06:00						
07:00	Manhã A1 António Macedo					José Candeias	Cantos da Casa Armando Caralheda	07:00				
08:00							Eucaristia Dominical	08:00				
09:00							09:00					

						Davida Ferreira a Contar Consigo <b>D. Ferreira e A. Macedo</b>	Vozes da Lusofonia Edgar Canelas	
10:00				Entrevista Maria Flor Pedroso		Hotel Babilónia João Govern e Pedro Rolo Duarte	O Amor é... Prof. Júlio Machado Vaz e Ines Menezes	10:00
11:00	Antena Aberta António Jorge						A Cena do Ódio David Ferreira	11:00
12:00	Manhã A1 - 2ª parte Augusto Fernandes					Só Neste País José Guerreiro e M. S. José	Visão Global Ricardo Alexandre	12:00
13:00	Portugal em Directo					Radicais Livres L. Marinho, JN Pinto e R. Carvalho	Entrevista A1 / Económico Uma Conversa Capital Rosário Lira	13:00
							Era uma Vez os Jogos José Carlos Trindade	
14:00	Tarde A1 Filomena Crespo			Tarde A1 Filomena Crespo		Grandes Adeptos Total Tiago Alves	Viva à Música (REP) A. Carvalheda	14:00
15:00				Viva à Música A. Carvalheda	Em Nome do Ouvinte Paula Cordeiro	Os Dias do Futuro Edgar Canelas		15:00
16:00						Mundo Fantástico Noémia Gonçalves	Especial Desporto Super Liga e Liga de Honra/ Musical A1	16:00
17:00	Tarde A1 - 2ª parte Paulo Rocha							17:00
18:00						Cinemax (REP) Tiago Alves		18:00
19:00	Grandes Adeptos Tiago Alves	Ponto de Partida Eduarda Maio	Grande Reportagem D.I. Musical A1	O Esplendor de Portugal Rui Pêgo	Contraditório João Barreiros	Musical A1/ Desporto		19:00
20:00								20:00

21:00	Noite A1 - Jorge Afonso						21:00	
22:00	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">           Visita Guiada            Paula Moura            Pinheiro         </div>						22:00	
23:00	Mais Novos Do Que Nunca Pedro R. Duarte	E Deus Criou o Mundo Henrique Mota	A Páginas Tantas Ana Daniela Soares	Cinemax Tiago Alves	Musical A1	A Vida dos Sons REP Ana Aranha e Iolanda Ferreira	Rosa dos Ventos Jorge Afonso	23:00

Fonte: RTP

Fig. 2 Grelha de programação semanal da Antena 1 (Setembro 2016)



Hora Início	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	Hora Início
00:00	Cantigas de Amigo Adolfo Luxúria Canibal	O Disco Disse Mário Lopes Quim Albergaria	Rimas e Batidas Rui Miguel Abreu	A3C Álvaro Costa	Caixa de Ritmos Nuno Reis	Muitos Mundos Isilda Sanches	Física e Química Rui Estêvão	00:00
01:00								01:00
02:00	O Disco Disse (REP) Mário Lopes Quim Albergaria	Alta Tensão Freitas			António	Rimas e Batidas (REP) Rui Miguel Abreu	3D Gualter Santos	02:00
03:00		Portugália (REP) Henrique Amaro						03:00
04:00	A3-30 (REP) Fernando Alvim	A3 - 04h/06h	Augusto		Vanessa	Domingo no Mundo (REP) Luís Oliveira		04:00
05:00						Caixa Ritmos (REP) Nuno Reis	Muitos Mundos (REP) Sanches Isilda	05:00
06:00			Prova Oral (REP) Fernando Alvim					06:00

07:00						07:00
08:00	Manhãs da 3	Oliveira / Ana Markl / Inês Lopes Gonçalves	Luis	Playlist André Santos	Playlist André Santos	08:00
09:00						09:00
10:00	A3 - 10h/13h	Ribeiro	Tiago	Obrigado, Internet Alvim/Paulos/Dias	A3-30 Fernando Alvim <i>(REP)</i>	10:00
11:00				Razão de Ser António J. / Mariana O. / Alexandre D.		11:00
12:00				Coyote Pedro Costa	Coyote Pedro Costa	12:00
13:00	As Donas da Casa	Galvão / Joana Marques	Ana	Domínio Público Ricardo Sérgio	Domingo no Mundo Luís Oliveira	13:00
14:00				Cinemax Tiago Alves	Em Nome do Ouvinte	14:00
15:00				Playlist Rui Estêvão	Playlist Rui Estêvão	15:00
16:00	A3 - 16h / 19h	Sanches	Isilda	A3-30 Fernando Alvim	Playlist Tiago Ribeiro	16:00
17:00						17:00
18:00						18:00
19:00	Prova Oral Fernando Alvim			Matéria Prima Joaquim Paulo	Matéria Prima Joaquim Paulo	19:00
20:00	A3 - 20h / 22h	Costa	Pedro	Bons Rapazes Miguel Quintão Álvaro Costa	MQ3 Miguel Quintão	Playlist Ribeiro Tiago
21:00						

22:00	Portugália Henrique Amaro	Música com Pés e Cabeça Rui Vargas	Música com Pés e Cabeça Rui Vargas	A Profecia do Duque Ricardo Saló	22:00
23:00	Indiegente Nuno Calado			Pingue Pongue Tomas Cunha Ferreira Matilde Campilho	23:00

Fonte: RTP

**Fig. 3 Grelha de pequenos formatos na programação semanal da Antena 1 (2016)**

Hora Início	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
00:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
02:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
02:22		Dias do Avesso (REP)	Dias do Avesso (REP)	Dias do Avesso (REP)	Dias do Avesso (REP)		
02:42		Á Volta dos Livros (REP)	Á Volta dos Livros (REP)	Á Volta dos Livros (REP)	Á Volta dos Livros (REP)		
02:54		5' de Jazz	5' de Jazz	5' de Jazz	5' de Jazz		
03:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários		
03:22		O Mundo ao Ouvido(REP)	O Mundo ao Ouvido(REP)	O Mundo ao Ouvido(REP)	O Mundo ao Ouvido(REP)		
03:42		Portugalex (REP)	Portugalex (REP)	Portugalex (REP)	Portugalex (REP)		
03:54		David Ferreira a Contar (REP)	David Ferreira a Contar (REP)	David Ferreira a Contar (REP)	David Ferreira a Contar (REP)		
04:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
04:22		O Amor é (REP)	O Amor é (REP)	O Amor é (REP)	O Amor é (REP)		
04:42		Directo ao Consumidor(REP)	Directo ao Consumidor(REP)	Directo ao Consumidor(REP)	Directo ao Consumidor(REP)		
04:55		Não há duas sem três (REP)	Não há duas sem três (REP)	Não há duas sem três (REP)	Não há duas sem três (REP)		
05:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
05:53	Cantos da Casa	Cantos da Casa	Cantos da Casa	Cantos da Casa	Cantos da Casa		
06:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
06:58							
07:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
07:20	Revista de Imprensa	Revista de Imprensa	Revista de Imprensa	Revista de Imprensa	Revista de Imprensa		
07:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese		
07:32	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto		
07:36	David Ferreira a Contar	David Ferreira a Contar	David Ferreira a Contar	David Ferreira a Contar	David Ferreira a Contar		

07:40	Portugueses no Mundo	Portugueses no Mundo	Portugueses no Mundo	Portugueses no Mundo	Portugueses no Mundo		
07:55	Portugalex	Portugalex	Portugalex	Portugalex	Portugalex		
08:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
08:20	Revista de Imprensa	Revista de Imprensa	Revista de Imprensa	Revista de Imprensa	Revista de Imprensa		
08:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese		
08:32	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto		
08:40	O Fio da Meada	O Fio da Meada	O Fio da Meada	O Fio da Meada	O Fio da Meada		
08:41	Bolsa	Bolsa	Bolsa	Bolsa	Bolsa		
08:50	Contas do Dia	Contas do Dia	Contas do Dia	Contas do Dia	Contas do Dia		
08:58	Radio Taxismo	Radio Taxismo	Radio Taxismo	Radio Taxismo	Radio Taxismo		
09:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
09:22	O amor éE	O amor éE	O amor éE	O amor éE	O amor éE		
09:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese		
09:32	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto		
09:56	Mata-Bicho	Mata-Bicho	Mata-Bicho	Mata-Bicho	Mata-Bicho		
10:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
10:12	Entrevista/Reportagem	Entrevista/Reportagem	Entrevista/Reportagem	Entrevista MFP	Entrevista/Reportagem		
10:36	Antena Aberta	Antena Aberta	Antena Aberta	Antena Aberta	Antena Aberta		
10:48	Cinemax	Cinemax	Cinemax	Cinemax			
10:58	Palavra do Dia	Palavra do Dia	Palavra do Dia	Palavra do Dia	Palavra do Dia		
11:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
12:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
12:15	Bolsa	Bolsa	Bolsa	Bolsa	Bolsa		
12:22	Portugalex (REP)	Portugalex (REP)	Portugalex (REP)	Portugalex (REP)	Portugalex (REP)		
12:30	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto		
14:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
14:20	Directo ao Consumidor	Directo ao Consumidor	Directo ao Consumidor	Directo ao Consumidor	Directo ao Consumidor		
14:32	Jogo da Língua	Jogo da Língua	Jogo da Língua	Jogo da Língua	Jogo da Língua		
14:42	Os Dias do Avesso	Os Dias do Avesso	Os Dias do Avesso	Os Dias do Avesso	Os Dias do Avesso		
15:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
15:22					Em Nome do Ouvinte		

15:42	SOS Refugiados						
16:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
16:20	Portugueses no Mundo(REP)	Portugueses no Mundo(REP)	Portugueses no Mundo(REP)	Portugueses no Mundo(REP)	Portugueses no Mundo(REP)		
16:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese		
16:32	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto		
16:49	Não há duas sem três (REP)	Não há duas sem três (REP)	Não há duas sem três (REP)	Não há duas sem três (REP)	Não há duas sem três (REP)		
16:56	Mata-Bicho	Mata-Bicho	Mata-Bicho	Mata-Bicho	Mata-Bicho		
17:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
17:17	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade		
17:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese		
17:32	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto		
17:35	SOS VINIL	SOS VINIL	SOS VINIL	SOS VINIL	SOS VINIL		
17:42	À Volta dos Livros	À Volta dos Livros	À Volta dos Livros	À Volta dos Livros	À Volta dos Livros		
17:50	O Novo Normal	O Novo Normal	O Novo Normal	O Novo Normal	O Novo Normal		
17:55	RadioTaxismo (REP)	RadioTaxismo (REP)	RadioTaxismo (REP)	RadioTaxismo (REP)	RadioTaxismo (REP)		
18:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
18:17	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade		
18:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese		
18:32	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto		
18:45	David Ferreira a Contar (REP)	David Ferreira a Contar (REP)	David Ferreira a Contar (REP)	David Ferreira a Contar (REP)	David Ferreira a Contar (REP)		
18:51	Anatomia do Crime	Anatomia do Crime	Anatomia do Crime	Anatomia do Crime	Anatomia do Crime		
19:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
20:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
20:22	Dias do Avesso (REP)	Dias do Avesso (REP)	Dias do Avesso (REP)	Dias do Avesso (REP)	Dias do Avesso (REP)		
20:58	Palavra do Dia	Palavra do Dia	Palavra do Dia	Palavra do Dia	Palavra do Dia		
21:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
21:22	À Volta dos Livros (REP)	À Volta dos Livros (REP)	À Volta dos Livros (REP)		À Volta dos Livros (REP)		
21:54	5' de Jazz	5' de Jazz	5' de Jazz	5' de Jazz	5' de Jazz		
22:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
22:22	O amor é€ (REP)	O amor é€ (REP)	O amor é€ (REP)	O amor é€ (REP)	O amor é€ (REP)		



22:30	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto		
22:47	A Fé dos Homens	A Fé dos Homens	A Fé dos Homens	A Fé dos Homens	A Fé dos Homens		
23:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários

Programas novos

Fonte: RTP

**Fig. 4 Duração de géneros por período horário na Antena 1 (2016)**

Género	Período Horário											
	Manhã 1 (6h-09h59)		Manhã 2 (10h-11h59)		Tarde 1 (12h-16h59)		Tarde 2 (17h-19h59)		Noite (20h-22h59)		Noite/madrugada (23h-05h59)	
	Duração	(%)	Duração	(%)	Duração	(%)	Duração	(%)	Duração	(%)	Duração	(%)
Noticiário	252:58:11	20,7%	67:48:44	9,8%	269:51:00	15,6%	165:57:11	16,0%	121:02:13	11,7%	318:54:00	13,0%
Reportagem	3:58:49	0,3%	10:50:18	1,6%	9:19:26	0,5%	15:18:52	1,5%	2:00:28	0,2%	4:25:07	0,2%
Debate/Entrevista	0:20:00	0,03%	77:49:07	11,3%	31:51:07	1,8%	101:31:40	9,8%		0,0%	0:39:37	0,03%
Comentário	21:08:19	1,7%			0:38:08	0,04%						
Edição especial	3:58:56	0,3%	25:45:56	3,7%	31:27:43	1,8%	9:10:46	0,9%	5:43:22	0,6%	4:05:07	0,2%
Magazine informativo	27:28:00	2,2%	0:03:30	0,01%	228:03:37	13,2%					37:35:57	1,5%
Antena aberta			166:22:02	24,2%								
Boletim meteorológico	60:14:17	4,9%	17:21:15	2,5%	71:30:25	4,1%	43:26:04	4,2%	42:53:07	4,1%	19:33:26	0,8%
Informação de trânsito	44:10:27	3,6%	17:16:39	2,5%	46:03:14	2,7%	29:26:00	2,8%	3:04:22	0,3%	0:01:33	0,001%
Informação bolsista	4:04:30	0,3%	0:01:00	0,002%	9:38:00	0,6%	0:03:00	0,005%	0:01:30	0,002%		
Informação desportiva	37:16:00	3,0%	0:30:00	0,1%	63:51:37	3,7%	65:00:49	6,3%	46:58:57	4,5%	0:51:00	0,03%
Transmissão desportiva					51:54:31	3,0%	202:04:07	19,5%	306:09:07	29,5%	13:54:04	0,6%
Comentário desportivo					25:12:11	1,5%	29:50:16	2,9%	3:34:10	0,3%	32:55:05	1,3%
Programa de música	121:54:24	10,0%	43:25:49	6,3%	34:18:41	2,0%	29:48:21	2,9%	33:55:40	3,3%	512:53:58	20,9%
Música de continuidade	336:29:49	27,5%	112:22:45	16,3%	518:49:15	30,1%	236:47:00	22,8%	335:26:50	32,4%	814:47:11	33,2%
Espetáculo				0,0%	72:28:30	4,2%	0:10:00	0,02%	15:36:27	1,5%	55:41:52	2,3%
Concurso/jogo	0:22:35	0,03%	0:27:40	0,1%	0:44:33	0,04%	0:04:56	0,01%	0:00:08	0,0002%	0:22:35	0,03%
Humor	31:21:00	2,6%	0:27:06	0,1%	19:44:33	1,1%	9:09:38	0,9%			12:39:41	0,5%

Infotainment	0:58:58	0,1%	0:25:06	0,1%	2:05:46	0,1%	0:27:32	0,04%	0:42:24	0,1%		
Talk show			86:12:41	12,5%							85:12:02	3,5%
Outro (entretenimento)	39:52:35	3,3%									86:01:37	3,5%
Artes e mídia	21:01:12	1,7%	9:25:30	1,4%	75:10:22	4,4%	26:39:23	2,6%			85:17:53	3,5%
Ciências e humanidades	117:22:30	9,6%	44:31:33	6,5%	122:45:02	7,1%	73:53:11	7,1%	59:50:47	5,8%	279:50:42	11,4%
Comemorações e efemérides	1:41:05	0,1%	0:03:08	0,01%	0:10:23	0,01%	0:04:39	0,01%	0:00:52	0,001%	0:02:22	0,002%
Educativo	0:01:12	0,002%	4:45:31	0,7%	28:24:21	1,6%	0:01:12	0,002%	4:23:34	0,4%	46:27:43	1,9%
Outro (cultural/conhecimento)	1:20:28	0,1%		0,0%	2:25:37	0,1%						
Institucional	1:20:24	0,1%	2:41:45	0,4%	9:51:36	0,6%			3:04:07	0,3%	4:24:54	0,2%
Religioso	93:03:17	7,6%							51:53:35	5,0%	37:39:04	1,5%
Total	1222:26:58	100%	688:37:05	100%	1726:19:38	100%	1038:54:37	100%	1036:21:40	100%	2453:53:55	100%

N= 1222h26m58s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 688h37m05s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1726h19m38s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 1038h54m37s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 1036h21m40s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N=2453h53m55s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada)

**Fig. 5 Duração de funções por gênero na Antena 1 (2016)**

Gênero	Informar		Formar		Entreter		Promover/divulgar	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Noticiário	1196:31:19	31,8%						
Reportagem	45:53:00	1,2%						
Debate/entrevista	212:11:31	5,6%						
Comentário	21:46:27	0,6%						
Edição especial	80:11:50	2,1%						
Magazine informativo	293:11:04	7,8%						
Antena aberta	166:22:02	4,4%						
Boletim meteorológico	254:58:34	6,8%						
Informação de trânsito	140:02:15	3,7%						

Informação bolsista	13:48:00	0,4%						
Informação desportiva	214:28:23	5,7%						
Transmissão desportiva					574:01:49	14,2%		
Comentário desportivo	91:31:42	2,4%						
Programa de música	176:28:11	4,7%			599:48:42	14,8%		
Música de Continuidade					2354:42:50	58,1%		
Espetáculo					143:56:49	3,6%		
Concurso/jogo					1:39:52	0,0%		
Humor					73:21:58	1,8%		
Infotainment					4:39:46	0,1%		
Talk show					171:24:43	4,2%		
Outro (entretenimento)					125:54:12	3,1%		
Artes e média	199:00:29	5,3%	18:33:51	10,4%				
Ciências e humanidades	621:31:27	16,5%	76:42:18	42,8%				
Comemorações e efemérides	2:02:29	0,1%						
Educativo			84:03:33	46,9%				
Outro (cultural/conhecimento)	3:46:05	0,1%						
Institucional	1:17:36	0,03%					20:05:10	11,8%
Religioso	32:27:37	0,9%					150:08:19	88,2%
<b>Total</b>	<b>3767:30:01</b>	<b>100,0%</b>	<b>179:19:42</b>	<b>100,0%</b>	<b>4049:30:41</b>	<b>100,0%</b>	<b>170:13:29</b>	<b>100,0%</b>

N= 4049h30m41s [n.º total de horas da função *entretener*]; N= 3767h30m01s [n.º total de horas da função *informar*]; N= 179h19m42s [n.º total de horas da função *formar*]; N= 170h13m29s [n.º total de horas da função *promover/divulgar*]

Fig. 6 Grelha de programação semanal na Antena 2 (início de 2016)



Hora Início	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	Hora Início
00:00	Vias de Facto Paulo Somsen	Música Contemporânea Pedro Coelho				Fuga da Arte Ricardo Saló		00:00
01:00	Madrugada							01:00
02:00								02:00
03:00								03:00
04:00								04:00
05:00								05:00
06:00								06:00
07:00	O Império dos Sentidos Paulo Alves Guerra				Sol Maior Ana Daniela Soares e Reinaldo Francisco		Sol Maior Ana Daniela Soares e Reinaldo Francisco	07:00
08:00					08:00			
09:00					09:00			
10:00	Intermezzo				Quinta essência João Almeida		Um Certo Olhar Luís Caetano	10:00
11:00					11:00			
12:00					Matrizes Rui Vieira Néry		Em Sintonia António Cartaxo	12:00

	Questões de Moral Joel Costa	Cosmorama Ana Telles e Alexandre Branco	A Propósito da Música Alexandre Delgado	Música em Mi César Viana	Geografia dos Sons Luís Tinoco	Além Tempo Luís Ramos	Coreto Jorge Costa Pinto		
13:00	Raízes Inês Almeida					Lugar ao Sul Rafael Correia	Preto no Branco João Almeida	13:00	
14:00	Salão Nobre Susana Valente e Alexandra Almeida					Música Aeterna João Chambers	Descobertas Maria Augusta Gonçalves	14:00	
15:00								15:00	
16:00	Caleidoscópio	Prata da casa António Ferreira	A Arte do Violão Fábio Zanon	Em Sintonia António Cartaxo	Um Certo Olhar Luís Caetano	A Força das Coisas Luís Caetano	A prata da casa António Ferreira	16:00	
17:00	Até Bach Pedro Rafael Costa						Páginas de Português José Mário Costa	Programa do Provedor	17:00
18:00	Linha do Horizonte João Almeida					Mezza-voce André Cunha Leal	Mezza-voce André Cunha Leal	18:00	
19:00	Concerto Aberto André Cunha Leal, Andrea Lupi e Reinaldo Francisco							19:00	
20:00	Jazz com Brancas José Duarte							20:10	
21:00	Grande Auditório Alexandra Almeida e Susana Valente					Caleidoscópio	A Arte do Violão Fábio Zanon	21:00	
22:00						Argonauta Jorge Carnaxide	Argonauta Jorge Carnaxide	22:00	
23:00	Questões de Moral Joel Costa	Cosmorama Ana Telles e Alexandre Branco	A Propósito da Música Alexandre Delgado	Música em Mi César Viana	Geografia dos Sons Luís Tinoco	Um Toque de Jazz Manuel Jorge Veloso	Um Toque de Jazz Manuel Jorge Veloso	23:00	

Fonte: RTP

Fig. 7 Grelha de programação semanal na Antena 2 (outubro de 2016)



Hora Início	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	Hora Início			
00:00	Geografia dos Sons Luís Tinoco	Raízes Inês Almeida					Fuga da Arte Ricardo Saló	00:00			
01:00	Música Contemporânea Pedro Coelho					Música Contemporânea / Música Hoje Pedro Coelho / Misomusic Portugal	Refletor Rui Guimarães	01:00			
02:00	Madrugada / Dois ao Quadrado	Madrugada					Madrugada / Dois ao Quadrado	02:00			
03:00									03:00		
04:00		A Ronda da Noite Luís Caetano				Fuga da Arte Ricardo Saló				04:00	
05:00											05:00
06:00		Madrugada									
07:00	Império dos Sentidos Paulo Alves Guerra					Sol Maior Pedro Rafael Costa		07:00			
08:00								08:00			
09:00						Café Plaza Germano Campos		Café Plaza Germano Campos	09:00		
10:00	Boulevard André Pinto					Quinta Essência João Almeida	Um Certo Olhar Luís Caetano	10:00			
11:00						A Propósito da Música Alexandre Delgado		O Tempo e a Música Rui Vieira Nery		11:00	
12:00						Música Aeterna João Chambers				12:00	

							Páginas de Português José Mário Costa	
13:00	Caleidoscópio I	Quinta Essência João Almeida	Caleidoscópio II	A Propósito da Música Alexandre Delgado	Coreto Jorge Costa Pinto		Memória Alexandra Almeida	13:00
14:00	Vibrato Pedro Rafael Costa					O Tempo e a Música Rui Vieira Nery	Ponto PT Cristina do Carmo	14:00
15:00							Páginas de Português José Mário Costa	Coreto Jorge Costa Pinto
16:00						A Força das Coisas Luís Caetano	Música Aeterna João Chambers	16:00
17:00	Um Certo Olhar Luís Caetano	A Propósito da Música Alexandre Delgado	Coreto Jorge Costa Pinto	Quinta Essência João Almeida	Memória Alexandra Almeida			17:00
18:00	Baile de Máscaras (+ Concerto Aberto às 19h00) João Pedro (+ Andrea Lupi)					Mezza-voce André Cunha Leal	Mezza-voce André Cunha Leal	18:00
19:00								19:00
20:00								Jazz a 2 João Moreira dos Santos, Maria Alexandra Corvela e Luís Caetano
21:00	Grande Auditório Reinaldo Francisco e Susana Valente							21:00
22:00						Caleidoscópio I	Caleidoscópio II	22:00
23:00	A Ronda da Noite Luís Caetano			Um Certo Olhar Luís Caetano		Argonauta Jorge Carnaxide	Argonauta Jorge Carnaxide	23:00

Fonte: RTP

	- Programas de autor
	- Repetições

**Fig. 8 Pequenos formatos da Antena 2 (2016)**

Pequenos Formatos	
Programa	Horário
Dias com História	2ª a 6ª às 7h55, 10h50, 14h50, 18h20
Roteiro das Artes	2ª a 6ª às 8h10, 9h10 e 18h00
Palavras de Bolso	2ª a 6ª às 8h55, 11h55, 15h55, 18h55
Notícias	2ª a 6ª às 10h00, 12h00 e 16h00
Antena 2 Ciência	2ª às 12h30 e 18h30
Grandes Vozes	3ª a 6ª às 12h30 e 18h30
A Vida Breve	2ª a 6ª às 12h50, 16h50 e 23h40 e 3ª a 6ª às 04h40
Última Edição	2ª a 6ª às 19h45 e 23h45 e 3ª a 6ª às 04h45
Grande Ilusão	5ª às 23h30 e 6ª às 04h30
Lilliput	Sábado às 17h50
O Canto do Blues	Sábado e Domingo às 23h00

Fonte: RTP

**Fig. 9 Duração de géneros por período horário na Antena 2 (2016)**

Género	Período Horário											
	Manhã 1 (06h-09h59)		Manhã 2 (10h-11h59)		Tarde 1 (12h-16h59)		Tarde 2 (17h-19h59)		Noite (20h-22h59)		Noite/madrugada (23h-05h59)	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Noticiário	28:56:00	2,0%	28:49:00	4,0%	48:18:00	2,6%			0:07:00	0,01%		
Comentário			32:13:12	4,5%			31:08:11	2,7%			25:50:01	1,0%
Magazine informativo	41:10:00	2,9%										
Boletim meteorológico	4:08:00	0,3%										
Outro (informativo)	12:24:00	0,9%										
Programa de música	488:10:36	34,5%	133:24:16	18,7%	465:51:36	25,5%	138:06:02	121%	240:06:47	25,9%	1010:19:21	37,9%
Música de continuidade	563:11:08	39,8%	442:45:29	62,1%	927:47:26	50,8%	332:58:46	29,2%	3:44:08	0,4%	1249:57:00	46,9%
Espetáculo			2:50:00	0,4%	33:29:22	1,8%	501:51:19	44,0%	575:26:34	62,0%		
Outro (entretenimento)	0:47:06	0,1%			0:47:06	0,04%	0:58:08	0,1%	4:51:06	0,5%		



Artes e media	237:37:00	16,8%	0:58:00	0,1%	226:56:51	12,4%	63:49:05	5,6%	103:25:22	11,1%	379:09:40	14,2%
Ciências e humanidades	4:28:33	0,3%	58:17:36	8,2%	64:22:04	3,5%	65:33:08	5,7%				
Educativo	4:22:21	0,3%	10:22:54	1,5%	48:58:56	2,7%	3:58:20	0,3%				
Outro (cultural/conhecimento)	28:56:00	2,0%	1:58:00	0,3%			0:58:00	0,1%				
Institucional			1:25:39	0,2%	1:20:15	0,1%	1:22:49	0,1%	0:06:32	0,01%		
Religioso					9:24:06	0,5%						
<b>Total</b>	<b>1414:10:44</b>	<b>100,0%</b>	<b>713:04:06</b>	<b>100,0%</b>	<b>1827:15:42</b>	<b>100,0%</b>	<b>1140:43:48</b>	<b>100,0%</b>	<b>927:47:29</b>	<b>100,0%</b>	<b>2665:16:02</b>	<b>100,0%</b>

N= 8688h17m51s (n.º total de horas de emissão na Antena 2)

**Fig. 10 Duração das funções por género na programação da Antena 2 (2016)**

Género	Informar		Formar		Entreter	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Noticiário	106:10:00	4,1%				
Comentário	89:11:24	3,4%				
Magazine informativo	41:10:00	1,6%				
Boletim meteorológico	4:08:00	0,2%				
Outro (informativo)	12:24:00	0,5%				
Música de continuidade					3520:23:57	59,1%
Programa de música	1149:33:12	44,4%	7:41:27	5,6%	1318:43:59	22,1%
Espetáculo					1113:37:15	18,7%
Outro (entretenimento)					7:23:26	0,1%
Artes e média	964:02:07	37,2%	47:53:51	34,6%		
Ciências e humanidades	177:42:52	6,9%	14:58:29	10,8%		
Educativo			67:42:31	49,0%		
Outro (cultural/conhecimento)	31:52:00	1,2%				
Institucional	4:15:15	0,2%				
Religioso	9:24:06	0,4%				
<b>Total</b>	<b>2589:52:56</b>	<b>100,0%</b>	<b>138:16:18</b>	<b>100,0%</b>	<b>5960:08:37</b>	<b>100,0%</b>

N= 8688h17m51s (n.º total de horas de emissão na Antena 2)

Fig. 11 Grelha de programação da Antena 3 (janeiro-julho 2016)



Hora Início	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	Hora Início
00:00	Rimas e Batidas Rui Miguel Abreu	O Disco Disse Mário Lopes e Quim Albergaria	Coyote Pedro Costa	A3C Álvaro Costa	Jacuzzi Sean Riley	Casa Branca João Vieira	Rotations DJ Vibe	00:00
01:00								01:00
02:00	A3-30 (REP) Fernando Alvim	Alta Tensão António Freitas				Purpurina Rui Estêvão	3D DJ Guga	02:00
03:00		A3 - 03h / 05h Vanessa Augusto						03:00
04:00	Jacuzzi (REP) Sean Riley	Portugália (REP) Henrique Amaro				Orelha no Ar (REP) Orelha Negra	Casa Branca (REP) João Vieira	04:00
05:00								05:00
06:00		Prova Oral (REP) Fernando Alvim				Caixa Ritmos (REP) Nuno Reis	Muitos Mundos (REP) Isilda Sanches	06:00
07:00		Manhãs da 3 Luís Oliveira / Ana Markl				Playlist André Santos	Playlist André Santos	07:00
08:00								08:00
09:00								09:00
10:00		As Donas da Casa Ana Galvão / Joana Marques				Portugal 3.0 Álvaro Costa	Música sem Filme P. Castelo & R. Sérgio	10:00
11:00						Por Estes Dias Daniel Belo	Matéria Prima Joaquim Paulo	11:00
12:00		Domínio Público Inês Lopes Gonçalves				Coyote Pedro Costa	Coyote Pedro Costa	12:00
13:00						Planeta 3 Raquel Bulha	Planeta 3 Raquel Bulha	13:00
14:00		A3 - 13h / 16h Tiago Ribeiro				Cinemax Tiago Alves	Em Nome do Ouvinte	14:00
15:00						Playlist Rui Estêvão	Playlist André Santos	15:00
16:00								16:00
17:00		A3 - 16h / 19h Isilda Sanches				A3-30 Fernando Alvim	O Disco Disse (REP) Mário Lopes e Quim Albergaria	17:00
18:00								18:00

19:00	Prova Oral Fernando Alvim		Matéria Prima Joaquim Paulo	Por Estes Dias (REP) Daniel Belo	19:00
20:00	A3 - 20h / 22h Rui Estêvão	M03 Miguel Quintão	M03 Miguel Quintão	Caixa de Ritmos Nuno Reis	20:00
21:00				Muitos Mundos Isilda Sanches	21:00
22:00	Portugália Henrique Amaro	Música com Pés e Cabeça Rui Vargas	Música com Pés e Cabeça Rui Vargas	A Profecia do Duque Ricardo Saló	22:00
23:00	Indiegente Nuno Calado			Pingue Pongue Tomas Cunha Ferreira e Matilde Campilho	23:00

Fonte: RTP

Fig. 12 Grelha de programação da Antena 3 (setembro-dezembro 2016)



Hora Início	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	Hora Início
00:00	Cantigas de Amigo Adolfo L. Canibal	O Disco Disse Mário Lopes Quim Albergaria	Rimas e Batidas Rui Miguel Abreu	A3C Álvaro Costa	Caixa de Ritmos Nuno Reis	Muitos Mundos Isilda Sanches	Física e Química Rui Estêvão	00:00
01:00								01:00
02:00	O Disco Disse (REP) Mário Lopes Quim Albergaria	Alta Tensão António Freitas			Rimas e Batidas (REP) Rui Miguel Abreu	Domingo no Mundo (REP) Luís Oliveira	3D Gualter Santos	02:00
03:00		Portugália (REP) Henrique Amaro						03:00
04:00	A3-30 (REP) Fernando Alvim	A3 - 04h/06h Vanessa Augusto						04:00
05:00		Prova Oral (REP) Fernando Alvim			Caixa Ritmos (REP) Nuno Reis	Muitos Mundos (REP) Isilda Sanches	05:00	
06:00							06:00	
07:00		Manhãs da 3 Luis Oliveira / Ana Markl / Inês Lopes Gonçalves			Playlist André Santos	Playlist André Santos		07:00
08:00								08:00
09:00								09:00
10:00		A3 - 10h/13h Tiago Ribeiro			Obrigado, Internet Alvim/Paulos/Dias	A3-30 (REP) Fernando Alvim		10:00
11:00					Razão de Ser António J./ Mariana D./Alexandre D.			11:00
12:00					Coyote Pedro Costa	Coyote Pedro Costa		12:00
13:00		As Donas da Casa Ana Galvão / Joana Marques			Domínio Público Ricardo Sérgio	Domingo no Mundo Luís Oliveira		13:00
14:00					Cinemax Tiago Alves	Em Nome do Ouvinte		14:00
15:00					Playlist	Playlist Rui Estêvão		15:00

16:00			Rui Estêvão		16:00
17:00	A3 - 16h / 19h Isilda Sanches		A3-30 Fernando Alvim	Playlist Tiago Ribeiro	17:00
18:00					18:00
19:00	Prova Oral Fernando Alvim		Matéria Prima Joaquim Paulo	Matéria Prima Joaquim Paulo	19:00
20:00	A3 - 20h / 22h Pedro Costa	Bons Rapazes Miguel Quintão Álvaro Costa	MQ3 Miguel Quintão	Playlist Tiago Ribeiro	20:00
21:00					21:00
22:00	Portugália Henrique Amaro	Música com Pés e Cabeça Rui Vargas	Música com Pés e Cabeça Rui Vargas	A Profecia do Duque Ricardo Saló	22:00
23:00	Indiegente Nuno Calado			Pingue Pongue Tomas Cunha Ferreira Matilde Campilho	23:00

Fonte: RTP

**Fig. 13** Grelha de pequenos formatos na programação dos dias de semana da Antena 3 (2016)

Hora de emissão	Programa
07:00	Noticiários
07h20	Audiogésicos Dra Ana Correia (rep)
07h40	Não me Obriguem a Vir...
07h46	Bom Dia e Boa Sorte
07h50	Festival Euroversão da Canção
08h10	O Pior do Mundo São as Crianças
08:00	Noticiários
08h20	Audiogésicos Dra Ana Correia
08h30	Mata Bicho
08h45	Linha Avançada
09:00	Noticiários
09h10	Portugalex
09h20	Momento Fixo 1: Aleixopédia (2ªf); E Se o 6 fosse o 9? (3ªf); Aleixo FM (4ªf); Só Fitas (5ªf); #Quemacreditavai (6ªf)
09h30	Momento Fixo 2: Uma Canção Filha da Mãe (2ªf); Charadas a esta Hora (5ªf)
10:00	Noticiários

10h40	Rimas e Batidas
11h20	Domínio Público
11h40	Fricção Científica
12h10	No Ar (5 <sup>ª</sup> f)
12h20	RTP Arena (6 <sup>ª</sup> f)
12h40	Audiogésicos Dra Ana Correia (rep)
13h20	Portugalex (rep)
14h20	Domínio Público
14h40	Buzz
15h20	Aleixopédia/Aleixo FM (rep 2 <sup>ª</sup> f e 4 <sup>ª</sup> f)
15h40	Linha Avançada (original 2)
16h20	Poder Soul
17h20	Domínio Público
17h40	Rimas e Batidas (rep)
16:00	Noticiários
17:00	Noticiários
18:00	Noticiários
18h20	Mata Bicho (rep)
19:00	Noticiários
20h40	Poder Soul (rep)
21h40	Fricção Científica (rep)

Fonte: RTP

**Fig. 14 Grelha de pequenos formatos na programação dos dias de fim de semana da Antena 3 (2016)**

Hora de emissão	Programa (dias fim-de-semana)
08h20	Fricção Científica
08h40	Rimas e Batidas
09h40	Aleixopédia (sáb) / Aleixo FM (dom)
15h20	Fricção Científica
15h40	Rimas e Batidas

<b>16h20</b>	Compacto Mata Bicho ( <i>sáb</i> ) / Compacto Poder soul ( <i>dom</i> )
<b>17h40</b>	Fricção Científica ( <i>dom</i> )
<b>18h20</b>	Rimas e Batidas ( <i>dom</i> )
<b>20h20</b>	No ar ( <i>dom</i> )
<b>21h40</b>	Rimas e Batidas ( <i>dom</i> )

Fonte: RTP

**Fig. 15 Duração de géneros por período horário na Antena 3 (2016)**

Género	Manhã 1 (06h-09h59)		Manhã 2 (10h-11h59)		Tarde 1 (12h-16h59)		Tarde 2 (17h-19h59)		Noite (20h-22h59)		Noite/madrugada (23h-05h59)	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Noticiário	37:21:00	2,79%	12:27:00	1,96%	12:27:00	0,75%	37:03:00	3,57%				
Debate/entrevista			14:31:11	2,28%								
Boletim meteorológico	9:12:00	0,69%										
Informação de trânsito	38:51:00	2,91%			0:03:00	0,003%	25:07:30	2,42%	3:25:00	0,29%		
Comentário desportivo	20:49:07	1,56%			5:55:00	0,35%	14:14:56	1,37%				
Programa de música	98:49:55	7,39%	116:15:27	18,29%	221:17:38	13,27%	240:40:43	23,18%	717:51:08	61,05%	1936:34:50	80,53%
Música de continuidade	796:38:04	59,58%	289:35:16	45,56%	1143:29:52	68,55%	431:35:02	41,56%	389:39:18	33,14%	414:50:23	17,25%
Espetáculo			1:54:55	0,30%	21:17:19	1,28%	3:49:26	0,37%	24:19:47	2,07%	3:57:38	0,16%
Concurso/jogo	0:33:40	0,04%	0:03:10	0,01%	0:10:20	0,01%	0:06:20	0,01%	0:03:30	0,00%	0:01:10	0,00%
Jogo interativo	0:30:00	0,04%										
Humor	83:16:43	6,23%	15:05:07	2,37%	28:17:25	1,70%	6:05:28	0,59%	0:04:00	0,01%		
Infotainment					6:40:27	0,40%						
Talk show	239:20:38	17,90%	0:58:37	0,15%			231:09:24	22,26%	29:51:54	2,54%	49:29:42	2,06%
Outro (entretenimento)	0:42:00	0,05%	109:29:42	17,23%	0:17:57	0,02%			2:30:34	0,21%		
Artes e media	10:12:47	0,76%	73:04:14	11,50%	209:29:45	12,56%	38:40:59	3,72%	6:09:16	0,52%		
Ciências e humanidades	0:51:10	0,06%	2:09:00	0,34%	10:52:31	0,65%	8:57:17	0,86%	1:54:54	0,16%		
Comemorações e efemérides							1:00:00	0,10%				
Educativo					7:49:29	0,47%						

Total	1337:08:04	100,00%	635:33:39	100,00%	1668:07:43	100,00%	1038:30:05	100,00%	1175:49:21	100,00%	2404:53:43	100,00%
-------	------------	---------	-----------	---------	------------	---------	------------	---------	------------	---------	------------	---------

N= 1337h08m04s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 635h33m39s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1668h07m43s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 983h57m00s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 1175h49m21s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2404h53m43s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada)

**Fig. 16 Duração dos géneros por função na programação da Antena 3 (2016)**

Género	Informar		Formar		Entreter	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Noticiário	99:18:00	13,0	-	-	-	-
Debate/entrevista	14:31:11	1,9	-	-	-	-
Boletim meteorológico	9:12:00	1,2	-	-	-	-
Informação de trânsito	67:26:30	8,8	-	-	-	-
Comentário desportivo	40:59:03	5,4	-	-	-	-
Programa de música	185:25:34	24,3	-	-	3146:04:07	42,1
Música de continuidade	-	-	-	-	3465:47:55	46,4
Espetáculo	-	-	-	-	55:19:05	0,7
Concurso/jogo	-	-	-	-	0:58:10	0,01
Jogo interativo	-	-	-	-	0:30:00	0,01
Humor	-	-	-	-	132:48:43	1,8
Infotainment	-	-	-	-	6:40:27	0,1
Talk show	-	-	-	-	550:50:15	7,4
Outro (entretenimento)	-	-	-	-	113:00:13	1,5
Artes e <i>media</i>	337:37:01	44,3	-	-	-	-
Ciências e humanidades	7:22:46	1,0	17:22:06	69,0	-	-
Comemorações e efemérides	1:00:00	0,1	-	-	-	-
Educativo	-	-	7:49:29	31,1	-	-
<b>Total</b>	<b>762:52:05</b>	<b>100,0</b>	<b>25:11:35</b>	<b>100,0</b>	<b>7471:58:55</b>	<b>100,0</b>

N= 8260h02m35s (n.º total de horas de emissão na Antena 3)



## TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DE RADIODIFUSÃO SONORA

### 1. NOTA INTRODUTÓRIA

A ERC, no âmbito das suas atribuições e no exercício das suas competências, no período de vigência de uma licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora, exerce a sua intervenção nos processos de atribuição e renovação de licenças, assegura o cumprimento das normas reguladoras da atividade de comunicação social, decide sobre pedidos de alteração dos projetos aprovados, pronuncia-se sobre aquisições de propriedade, fiscaliza o cumprimento das leis, requisitos e regulamentos técnicos aplicáveis, entre outros.

A Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro (Lei da Rádio) – define um quadro normativo relativamente a matéria que impõe a pronúncia da ERC quando incidam sobre os objetivos que esta prossegue no exercício das funções de regulação e supervisão.

O Decreto-Lei n.º 248/2015, de 28 de outubro, ao alterar o Decreto-Lei n.º 272/98, de 2 de setembro, atribuiu ainda à ERC a competência para emitir parecer vinculativo, no caso em que a operação do sistema RDS envolve a transmissão de mensagens através da utilização de radiotexto e no caso de atribuição do nome do canal de programa, ao abrigo do disposto nos n.ºs 3 a 5 do artigo 3.º e n.ºs 2, 5 e 6 do artigo 4.º, respetivamente.

A ERC proferiu 21 (vinte e um) pareceres, a solicitação da ANACOM - Autoridade Nacional de Comunicações que detém a competência de concessão das autorizações relativas à utilização de dados no sistema RDS, e ao nome de canal de programas (PS) e mensagens de radiotexto (RT).

### 2. ALTERAÇÕES DO PROJETO DE RADIODIFUSÃO

#### 2.1. MODIFICAÇÃO DO PROJETO LICENCIADO

Em 2016, foram analisados e deferidos 11 (onze) pedidos de modificação do projeto licenciado, ao abrigo do previsto no artigo 26.º da Lei da Rádio, dos quais 4 (quatro) se reportam à constituição de uma parceria entre 5 (cinco) serviços de programas, 2 (duas) alterações de classificação/tipologia do serviço de programas e 2 (duas) associações, 1 (uma) constituída por 2 (dois) serviços e outra constituída por 3 (três) serviços de programas.

As alterações ocorridas referem-se maioritariamente à modificação das tipologias dos serviços de programas no sentido da possibilidade de constituição de parcerias entre os operadores, nos termos do artigo 11.º da Lei da Rádio.

Fig. 1 – Modificação de projeto

Operador	Concelho	Serviço de programas		Classificação	Deliberação
		Anterior	Atual		
Soncentro - Emissora de Rádio, Lda.	Carregal do Sal	Centro FM	Centro Mundial FM	Generalista (1)	ERC/2016/116 (AUT-R)
Superádio, Unipessoal, Lda. (era Rádio NFM, Lda.)	Amarante	Rádio NFM	Golo FM	informativo desportivo (2)	ERC/2016/ 159/ (AUT-R)
Rádio NFM Oeste, Lda. a favor de Match FM - Unipessoal, Lda	Bombarral	Rádio NFM Oeste	Golo FM	informativo desportivo (2)	ERC/2016/161 (AUT-R)
Rádio Tempos Livres CRL passou a Match FM - Unipessoal, Lda	Ponte de Sôr	Rádio NFM Ponte de Sor	Golo FM	informativo desportivo (2)	ERC//2016/164 (AUT-R)
Cooperativa Santo André, CRL	Vila Nova de Poiares	Rádio Santo André	Antena Mundial	Generalista(1)	ERC/2016/239 (AUT-R)
Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, SA	Lisboa	Rádio Nostalgia	Radio SBSR	temática musical (3)	ERC/2016/248 (AUT-R)
Radiodifusão Publicidade e Espetáculos, Lda.	Matosinhos	Rádio Nostalgia	Radio SBSR	temática musical (3)	.ERC/2016/248 (AUT-R)
Rádio Clube de Gaia - Serviço Local de Radiodifusão Sonora, SA.	Porto	Rádio Placard	Record Porto	Generalista (4)	ERC/2016/258 (AUT-R)
Emissora Regional de Leiria - Rádio Liz, CRL	Leiria	Rádio Liz	Record Leiria	Generalista (4)	ERC/2016/258 (AUT-R)
RTA - Sociedade de Radiod. e Telec. de Albufeira Unipessoal, Lda.	Silves	Regional Algarve	Record Algarve	Generalista (4)	ERC/2016/258 (AUT-R)
Rádio Pernes, Lda.	Santarém	Rádio Pernes	Record Santarém	Generalista (4)	ERC/2016/258 (AUT-R)

[1] Alteração de tipologia e denominação

[2] Integram a associação Golo FM, nos termos do art.º 10.º da Lei da Rádio

[3] Constituem uma associação com a mesma denominação

[4] Constituição de uma parceria de serviços de programas com a Record FM – Sociedade de Meios Audiovisuais de Sintra, Unipessoal, Lda.

## 2.2. ALTERAÇÃO DE DENOMINAÇÃO

A aprovação prévia da alteração de denominação do serviço de programas é outra das competências da ERC, cuja alteração poderá decorrer de uma alteração de projeto aprovado ou requerida automaticamente.

A ERC é competente para autorização e registo das denominações utilizadas pelos operadores de radiodifusão sonora, nos termos da alínea g) do número 3 do artigo 24º dos seus Estatutos, adotados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, conjugada com o disposto nos artigos 23.º, n.º 5, e 24.º da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro.

O Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, alterado pelo Decreto Regulamentar n.º 2/2009, de 27 de janeiro, que aprova o regime jurídico do sistema de registos da comunicação social, prevê no seu artigo 30.º que o registo deverá ser recusado se existir denominação idêntica ou confundível com outra já registada ou cujo registo já haja sido requerido.

Em 2016, foram autorizadas 14 [catorze] alterações de denominação, das quais 12 [doze] são do âmbito de uma alteração de projeto aprovado e 2 [duas] mediante apresentação de requerimento, sem alteração na grelha de programação e nas linhas gerais de programação do serviço disponibilizado pelo operador.

**Fig. 2 – Alteração de denominação**

Operador	Concelho	Serviço de programas		Classificação	Deliberação
		Anterior	Atual		
Soncentro - Emissora de Rádio, Lda.	Carregal do Sal	Centro FM	Centro Mundial FM	generalista	ERC/2016/116 (AUT-R)
Superádio, Unipessoal, Lda. (era Rádio NFM, Lda.	Amarante	Rádio NFM	Golo FM	informativo desportivo	159/2016 (AUT-R)
Rádio NFM Oeste, Lda. a favor de Match FM - Unipessoal, Lda.	Bombarral	Rádio NFM Oeste	Golo FM	informativo desportivo	161/2016 (AUT-R)
Rádio Tempos Livres CRL passou a Match FM - Unipessoal, Lda.	Ponte de Sor	Rádio NFM Ponte de Sor	Golo FM	informativo desportivo	164/2016 (AUT-R)
Cooperativa Santo André, CRL	Vila Nova de Poiares	Rádio Santo André	Antena Mundial	generalista	ERC/2016/239 (AUT-R)
Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, Lda.	Lisboa	Rádio Nostalgia <b>Rádio SBSR</b>	Rádio SBSR	temática musical	ERC/2016/248 (AUT-R)
Radiodifusão Publicidade e Espetáculos, Lda.	Matosinhos	Rádio Nostalgia	Rádio SBSR	temática musical	ERC/2016/248 (AUT-R)
DiálogoHábil, Unipessoal, Lda.	Alcácer do Sal	Rádio Mirasado	TDS - Telefonía do Sul	generalista	ERC/2016/248 (AUT-R)
Rádio Pernes, Lda.	Santarém	Rádio Pernes	Record Santarém	generalista	ERC/2016/258 (AUT-R)
Rádio Clube de Gaia - Serviço Local de Radiodifusão Sonora, SA.	Porto	Rádio Placard	Record Porto	generalista	ERC/2016/258 (AUT-R)
Emissora Regional de Leiria - Rádio Liz, CRL	Leiria	Rádio Liz	Record Leiria	generalista	ERC/2016/258 (AUT-R)
RTA - Sociedade de Radiodifusão e Telecomunicações de Albufeira, Unipessoal, Lda.	Silves	Regional Algarve	Record Algarve	generalista	ERC/2016/258 (AUT-R)

Empresa do Jornal da Madeira, Lda.	Funchal	Jornal da Madeira	JM-FM	Alteração da denominação sem implicação na grelha e linhas gerais de programação do serviço de programas.
FMEASY – Empresa de Radiodifusão e Informação, Lda.	Portimão	Rádio Costa d'Ouro	Rádio Portimão	

### 3. DETENTORES DO CONTROLO DA EMPRESA

#### 3.1. ALTERAÇÃO DE CONTROLO DO CAPITAL SOCIAL

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social é competente para a apreciação de pedidos de alteração de domínio dos operadores que prosseguem a atividade de rádio mediante licença, efetuados ao abrigo do n.º 6 *in fine* do artigo 4.º, da Lei da Rádio e da alínea p) do n.º 3 do artigo 24.º, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei 53/2005, de 8 de novembro.

Nos termos dos n.ºs 6 e 7 do artigo 4.º da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro (Lei da Rádio), a alteração de domínio dos operadores que prosseguem a atividade de rádio mediante licença só pode ocorrer três anos após atribuição original da licença, dois anos após modificação do projeto aprovado, ou um ano após a última renovação, e está sujeita a aprovação prévia da ERC, a qual decide «após verificação e ponderação das condições iniciais determinantes para a atribuição do título dos interesses do auditório potencial dos serviços de programas fornecidos, garantindo a salvaguarda das condições que habilitaram a decidir sobre o projeto original ou sobre as alterações subsequentes».

De acordo com o ponto i) do artigo 2.º da Lei da Rádio, considera-se existir domínio, entre outras situações, quando uma pessoa singular ou coletiva detém uma participação maioritária no capital social, ou a maioria dos direitos de voto.

No respeitante à alteração de controlo do capital social, foram requeridas e autorizadas 7 (sete) pedidos de empresas titulares de licenças para o exercício da atividade de radiodifusão.

Fig. 3 – Alteração de controlo do capital social

Operador	Concelho	Denominação do serviço de programas	Deliberação
Rádio Alto Minho – Sociedade de Informação Regional, Lda	Viana do Castelo	Rádio Alto Minho	ERC/2016/77 (AUT-R)
Soncentro - Emissora de Rádio, Lda.	Carregal do Sal	Centro Mundial FM	ERC/2016/116 (AUT-R)
BAOBAD – Comunicações e Publicações, SA	Barreiro	MFM	ERC/2016/182 (AUT-R)
RC – Empresa de Radiodifusão, SA	Vale de Cambra	Cidade FM Vale de Cambra	ERC/2016/190 (AUT-R)
	Moita	VODAFONE FM	
Rádio Clube de Gondomar - Serviço de Radiodifusão Local, Unipessoal, Lda	Gondomar	Rádio MEO Music	ERC/2016/229 (AUT-R)
Rádio Pernes, Lda	Santarém	Rádio Pernes	ERC/2016/258 (AUT-R)

#### 3.2. CESSÃO DE SERVIÇOS DE PROGRAMAS E RESPETIVAS LICENÇAS

De acordo com o n.º 9 do artigo 4.º da Lei da Rádio, «[é] permitida, nos termos previstos para a alteração de domínio dos operadores, a cessão de serviços de programas de âmbito local das respetivas licenças ou autorizações, quando comprovadamente útil para a salvaguarda do projeto licenciado [...]».

Contudo, é ainda requisito prévio da respetiva cessão que «[...] seja transmitida a universalidade dos bens, dos direitos e obrigações, incluindo as de natureza laboral, exclusivamente afetos ao serviço de programas em causa».

O n.º 10, *in fine*, do artigo 4.º da Lei da Rádio estabelece que a cessão de serviços de programas de âmbito local, e respetivas licenças, carece de aprovação prévia da ERC, sendo que esta só pode ocorrer se se encontrarem preenchidos os requisitos temporais impostos pelo artigo 4.º, n.º 6, *ex vi*, n.º 9 do referido diploma.

A ERC submete os referidos processos à ANACOM – Autoridade Nacional das Comunicações, para decisão quanto à transmissão dos respetivos direitos de utilização de frequências, nos termos dos n.ºs 7 e 8, do artigo 22.º da Lei da Rádio.

A presente alteração está ainda sujeita ao regime estabelecido no artigo 4.º, n.ºs 3, 4, 5, 6, segunda parte do n.º 7 e 8 do artigo 22.º da Lei da Rádio.

A ERC é competente para apreciação do pedido ao abrigo da alínea c) do n.º 3 do artigo 24.º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, e do n.º 10, *in fine*, do artigo 4.º da Lei da Rádio.

Em 2016, a ERC apreciou e autorizou, 5 (cinco) pedidos de cessão, identificando-se no quadro infra o anterior e o atual titular das licenças.

**Fig. 4 – Cessão de serviços de programas**

Operador		Concelho	Serviço de programas		Deliberação
Anterior	Atualmente		Anterior	Atualmente	
Rádio Castrense, Unipessoal, Lda.	Cortiçol, CRL	Castro Verde	Rádio Castrense		2016/97 (AUT-R)
Globinóplia Unipessoal, Lda.	Popquestion, Unipessoal, Lda.	Oliveira de Azeméis	Azeméis FM Rádio		ERC/2016/100
Rádio Tempos Livres CRL	Match FM - Unipessoal, Lda	Ponte de Sor	NFM Ponte de Sor	Golo FM	164/AUT-R/2016
Rádio Mirasado - Cooperativa Cultural de Animação Radiofónica, CRL	DiálogoHábil, Lda.	Alcácer do Sal	Rádio Mirasado	TDS-Telefonia do Sul	2016/255 (AUT-R)
Emissora Regional de Leiria - Rádio Liz, CRL.	Record FM - Sociedade de Meios Audiovisuais de Sintra, Unipessoal, Lda.	Leiria	Rádio Mirasado	Record Leiria	2016/258 (AUT-R)

#### **4. SISTEMA DE TRANSMISSÃO DE DADOS EM RADIODIFUSÃO (RDS) PELOS OPERADORES DE RÁDIO**

No exercício das competências previstas na alínea c) do n.º2 e na alínea a) do n.º 3 do artigo 24.º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, conjugados com o n.º5 do artigo 3.º e com o n.º 6 do artigo 4.º do Decreto-Lei n.º 272/98, de 2 de setembro, alterado e republicado pelo Decreto-Lei n.º 248/2015, de 28 de outubro, o Conselho Regulador da ERC delibera sobre a transmissão das mensagens através da utilização de radiotexto e atribuição do nome do canal de programa requeridas pelo operador radiofónico.

Em 2016, a ERC emitiu 21 (vinte e um) pareceres respeitantes à atribuição e ou alteração do nome de canal de programas (PT) e mensagens de radiotexto (RT), dos quais foi dado conhecimento à ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações, que detém a competência de concessão destas autorizações.

**Fig. 5 – Pareceres vinculativos para operação no sistema RDS (2016)**

<b>Autorização requerida</b>	<b>Operador de Rádio</b>	<b>PS</b>	<b>RT</b>	<b>Deliberação ERC</b>
RT	MG - Rádio e Comunicação da Marinha Grande, Lda.		www.rcm.com.pt; Estamos sempre consigo; Venha conhecer S. Pedro de Moel; Visite o Museu do Vidro; A Praia da Vieira espera por si; Da Marinha Grande para o mundo: www.rcm.com.pt; Visite a Marinha Grande; Esta é a sua rádio de todos os dias.	62/2016 (Parecer)
Alteração de PS	Radio Barca – Cooperativa de Informação de Ponte da Barca, CRL	BARCA FM	Transmissão de mensagens através da utilização de radiotexto	ERC/2016/73 (Parecer)
Pedido de PS	Rádio Soberania- Empresa de Radiodifusão, Lda.	SOBRANIA		74/2016 (Parecer)
Alteração de PS/pedido de RT	Fmeasy – Empresa de Radiodifusão e Informação, Lda.	PORTIMAO	Informações genéricas, nomeadamente, o título das músicas e intérpretes das mesmas.	92/2016 (Parecer)
RT	Rádio Clube de Lamego, Lda.,		Informações genéricas, como o título das músicas e intérpretes das mesmas	ERC/2016/96 (Parecer)
Pedido de PS e RT	Jornal de Esposende - Sociedade Editora, Lda.	XPOSENDE	Informações genéricas, nomeadamente, o título das músicas e intérpretes das mesmas.	99/2016 (Parecer)
RT	Soncentro - Emissora de Rádio, Lda.		Divulgação de informações e/ou notícias	ERC/2016/129 (Parecer)
Alteração do PS	Soncentro - Emissora de Rádio, Lda.	MUNDIAL		ERC/2016/146 (Parecer)
RT	Rádio Foz do Ave, Lda.,	Rádio XL	Transmissão de caráter genérico, com particular destaque para o nome das músicas e autores difundidos	ERC/2016/167 (Parecer)
RT	Guadisom – Sociedade de Radiodifusão Guadiana, Lda.		Informações e ou, notícias	ERC/2016/176 (Parecer)
Alteração de PS/pedido de RT	RACAB- Rádio Castelo Branco, Lda.	RACAB – Rádio Castelo Branco.	“Rádio Castelo Branco – Boa viagem”	ERC/2016/178 (Parecer)
Alteração de PS/pedido de RT	Match FM, Lda.	GOLO FM	Informações de carácter genérico, bem como o título das músicas e o nome dos seus intérpretes	ERC/2016/211 (Parecer)
Alteração de PS/pedido de RT	Match FM, Lda.	GOLO FM	Informações de carácter genérico, bem como o título das músicas e o nome dos seus intérpretes	ERC/2016/211 (Parecer)

RT	Associação Académica da Universidade do Minho		Informações de carácter genérico, bem como o título e autor das músicas transmitidas	ERC/2016/212 [Parecer]
Alteração de PS/pedido de RT	Super rádio, Unipessoal, Lda.	GOLO FM	Informações de carácter genérico, bem como o título das músicas e o nome dos seus intérpretes	ERC/2016/213 [Parecer]
RT	SIRS - Sociedade Independente de Radiodifusão, SA.		Mensagens de carácter genérico, com particular destaque para o nome das músicas e autores difundidos	ERC/2016/234 [Parecer]
Alteração de PS/pedido de RT	Rádio Clube de Gondomar – Serviços de Radiodifusão Local, Unipessoal, Lda.	MEOMUSIC	Slogans da estação, como MEO Music – Outra radio, a título de exemplo, ou/nomes das músicas em difusão	238/2015 [Parecer]
RT	Rádio Alto Minho - Sociedade de Informação Regional, Lda.	ALTMINHO	Nome do artista e tema a tocar no momento; Programa, animador a difundir no momento; inclusão de frases: ALTO MINHO FM – MÚSICA COMO TU, A MELHOR MÚSICA DO TEU DIA, RADIOALTO MINHO.PT.	239/2015 [Parecer]
Alteração de PS	Sobral FM – Sociedade de Comunicação, Lda.	HITRADIO		240/2015 [Parecer]
Alteração de PS/pedido de RT	Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, S.A.,	SBSR	Informação da estação, identificação do tema musical, bem como o intérprete e autor da mesma	ERC/2016/276 [Parecer]
Alteração de PS/pedido de RT	Radiodifusão, Publicidade e Espectáculos, Lda.	SBSR	Informação da estação, identificação do tema musical, bem como o intérprete e autor da mesma	ERC/2016/278 [Parecer]

## 5. RÁDIOS A TRANSMITIR EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET

No decurso de 2016, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social aprovou 14 (catorze) pedidos de registo para Rádios a transmitir exclusivamente através da internet.

A atividade de rádio que consiste na difusão de serviços de programas através da Internet não carece de habilitação prévia, não estando, portanto, sujeita ao processo de licenciamento ou autorização.

Esta atividade está apenas sujeita ao registo, para o qual tem competência a ERC (cfr art.ºs 17.º, n.º 3, 24.º e 84.º da Lei n.º 54/2010, de 24 de Dezembro).

O Requerente preenche um formulário que está no sítio da ERC, ao qual junta um requerimento dirigido ao Presidente da Entidade, assim como estatuto editorial que defina claramente a orientação, os objetivos do serviço de programas, bem como a grelha de programação e respetivas sinopses.

A ERC solicita ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) informação comprovativa de que o nome do serviço de programas não se encontra registado a favor de terceiros e na classe correspondente [38].

**Fig. 6 – Novos serviços de programas exclusivamente pela internet**

<b>Serviços de Programas</b>	<b>Mês/2016</b>
Rádio Voz de Matosinhos	fevereiro
Rádio Onda Mega	junho
Rádio Mogadoro CSCT.	julho
Rádio ClubedeFafe	agosto
Rádio Vila Nova	agosto
Rádio Super Festas	agosto
NFM Norte	setembro
Bass Drops Records	outubro
NFM Alentejo	outubro
ViseuAlive online	outubro
Rádio Jorginho Moreira	novembro
Rádio Costa do Sol	dezembro
Antena Lusa	dezembro
NRC - Net Rádio Católica	dezembro



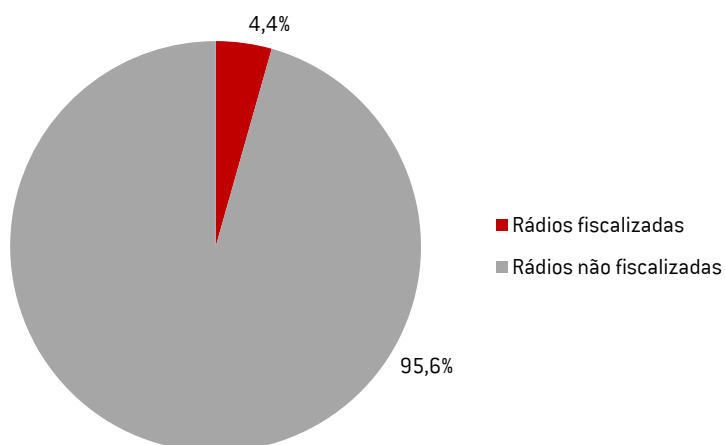
## ATIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO DAS RÁDIOS LOCAIS NO ANO DE 2016

No exercício das funções atribuídas à ERC, foram desenvolvidas, em 2016, ações de fiscalização junto dos operadores do sector de radiodifusão sonora, no âmbito do artigo 24.º, n.º 3.º alínea i), conjugado com o artigo 45.º dos Estatutos desta Entidade Reguladora, tendo em vista verificar o cumprimento das obrigações legais constantes da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro (Lei da Rádio, doravante LR). Tais ações foram desencadeadas segundo três critérios:

- A partir de queixa formulada contra um operador ou serviço de programas;
- A partir dos pedidos de renovação de licença, para verificação dos requisitos legais da entidade interessada e das respetivas emissões ou outras situações decorrentes da ausência de localização do serviço de programas e do operador e outras;
- Ação de verificação no local, para a avaliação do projeto de radiodifusão autorizado, realizando-se para o efeito uma visita de fiscalização à sede do operador e ou ao serviço de programas;

Realizaram-se no total 14 [catorze] ações de fiscalização junto dos operadores e serviços de programas do sector de rádio, as quais representam 4,4% do total de 320 rádios em atividade.

**Fig.1 - Total das ações de fiscalização realizadas 2016 (em %)**



Com base em queixas apresentadas foram desencadeadas 5 [cinco] ações de fiscalização que representam em percentagem 1,5% do universo do sector de radiodifusão sonora.

Fig. 2 - Ações de fiscalização realizadas a partir de queixas

Operador	Serviço de Programas	
Empresa Editora Cidade de Tomar, Lda.	<b>Rádio Vila Rei</b> 	
Empresa Editora Cidade de Tomar, Lda	<b>Rádio Cidade de Tomar</b> 	
Empresa Editora Cidade de Tomar. Lda	<b>RCE - Rádio Cultura e Espetáculo</b> 	
Foz do Mondego Meios de Radiodifusão Lda.	<b>Rádio Foz do Mondego</b> 	
SOM do Pinhal II – Multimédia, Unipessoal, Lda.	<b>Rádio Popular FM</b> 	

Visando o pronunciamento desta Entidade, quanto ao pedido de renovação das licenças apresentadas, e para observância do cumprimento de determinados requisitos legais, foi desencadeada 1 (uma) ação de fiscalização que representa 0,4 % do universo do sector de radiodifusão sonora.

Fig. 3 – Ação de fiscalização realizada a partir de pedido de renovação de licença

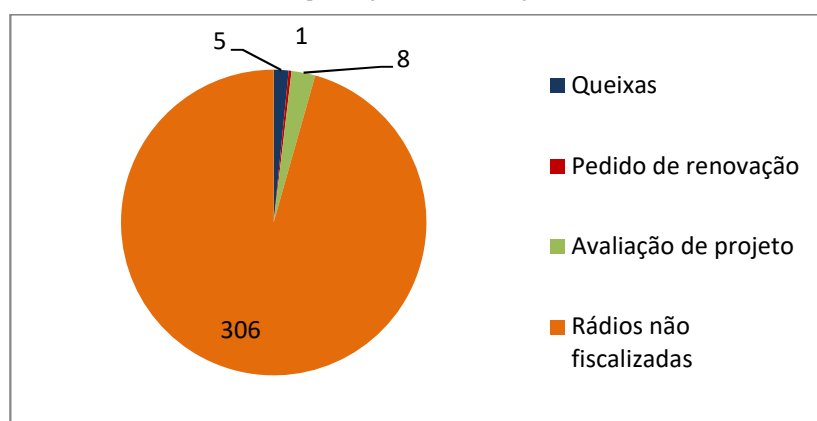
Operador	Serviço de Programas	
Radio JL FM Unipessoal Lda.	<b>Rádio Urbana FM</b> 	

Visando o esclarecimento sobre diversas questões processuais como a localização do serviço de programas e outras condições de programação/emissão, foram desenvolvidas 8 (oito) ações de fiscalização que representam 2,5 % do universo do sector de radiodifusão sonora.

**Fig. 4 - Ações de fiscalização realizadas para avaliação do projeto aprovado e outras situações**

Operador	Serviço de Programas	
Narrativas & Melodias, Lda.	Mais oeste 	
A Voz do Sorraia – Emissor Regional do Concelho de Coruche, CRL	A Voz do Sorraia 	
PFM Radiofusão Lda.	Ribatejo FM 	
Rádio Comercial de Almeirim Lda.	Rádio Comercial de Almeirim 	
Rádio Bonfim – Produção Audiovisuais Lda..	Rádio Bonfim 	
Rádio Mafra – Produção Audiovisuais Lda..	Rádio Concelho de Mafra 	
Rádio Clube da Lourinhã, CRL	Rádio Clube da Lourinhã 	
Rádio Clube de Grândola, CRL	Rádio Clube de Grândola 	

**Fig. 5 – Ações de fiscalização**



Nas várias ações de fiscalização efetuadas, estiveram envolvidos 6 (seis) distritos, que representam cerca de 33,3,% do total de distritos do país 18 (dezoito) e 10 (dez) concelhos Caldas da Rainha, Coruche, Almeirim, Golegã, Tomar, Vila de Rei, Castelo Branco, Figueira da Foz, Grândola, Pinhal Novo. No distrito de Lisboa, foram visitados 3 (três) concelhos: Azambuja, Lourinhã e Mafra.

Fig. 6- Ações de fiscalização por distritos

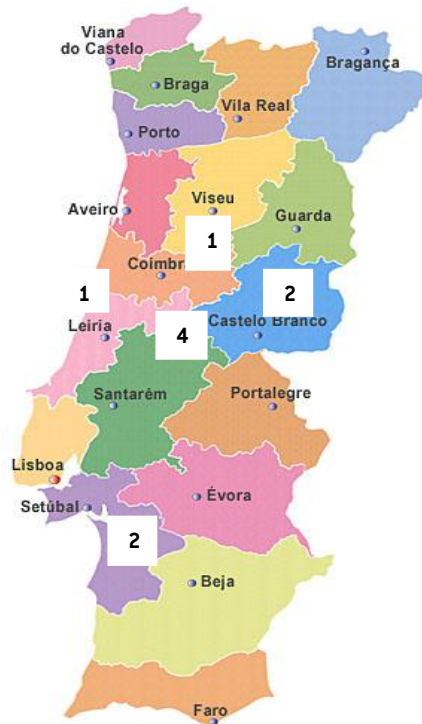


Fig. 7 - Ações de fiscalização realizadas no distrito de Lisboa



### 1. NOTA INTRODUTÓRIA

#### 1.1. OBJETIVOS

No presente capítulo apresenta-se o apuramento das quotas dos serviços de programas de radiodifusão sonora de cobertura de âmbito nacional, regional e local, quanto à difusão de música portuguesa em 2016.

Os serviços de programas de radiodifusão sonora estão obrigados à difusão de percentagens mínimas de música portuguesa, tendo a Portaria n.º 373/2009, de 8 de abril, fixado tal mínimo em 25 %.

A quota referida deverá ser preenchida, no mínimo, com 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados membros da União Europeia.

Para além da quota de 25 %, apurada sobre a totalidade das difusões musicais, foi ainda consagrada a obrigação de emissão de uma quota de 35 % para músicas editadas nos últimos doze meses.

A ERC disponibiliza na sua página, conforme previsto no n.º 3 do artigo 44.º da Lei da Rádio, de acordo com as comunicações que lhe chegam dos autores, editoras e demais entidades, a listagem que identifica o ano de edição e de disponibilização pública da obra atualizada das produções musicais referentes aos anos 2015 e 2016.

Neste relatório serão ainda apresentadas as quotas respeitantes à difusão de música recente dos operadores nacionais privados *RFM*, *RR* e *Rádio Comercial*.

No que respeita ao serviço de programas com um âmbito de cobertura regional, dirigido à zona sul do país, designado *M80*, dadas as características do seu projeto programático, centrado na divulgação de temas musicais dos anos 70, 80 e 90, ao abrigo do previsto no n.º 2 do artigo 44.º da Lei da Rádio, encontra-se isento do cumprimento desta quota.

No que atende aos serviços de programas locais, e dadas as limitações técnicas e insuficiência de relatórios consensuais reportados à ERC, e dada a numerosidade de rádios licenciadas, os valores de quota recente são meramente indicativos, não estando sujeitos a avaliação.

O presente capítulo remete ainda para a avaliação comparativa do período 2008-2016 no que respeita a apuramentos médios anuais.

#### 1.2. CRITÉRIOS E METODOLOGIA

De acordo com o regime legal em vigor, as quotas de música têm como suporte de cálculo as difusões musicais mensais por número de composições reportadas por serviço de programas no mês antecedente, por via do sistema automático implementado na ERC, em 2007.

Foi validada para o ano de 2016, no primeiro semestre, a média observada de 120 rádios, seguida de 126, no segundo semestre, quanto a serviços de programas locais. Acresce à amostra de rádios locais, mensalmente, o serviço de âmbito regional de cobertura sul (*M80*) e cinco serviços de âmbito nacional (*Antena 1*, *Antena 3*, *Rádio Comercial*, *Rádio Renascença* e *RFM*).

Os elementos rececionados via automática têm em conta cinco vertentes previstas na lei:

- A) Quota nas 24 horas de emissão – Apuramento, em 24 horas de emissão, da percentagem de operadores ativos que emitem uma quota de música portuguesa igual ou superior a 25 %;
- B) Quota no período diário compreendido entre as 7h e as 20h - Apuramento, no período de emissão diário das 7h às 20h, da percentagem de operadores ativos que emitem uma quota de música portuguesa igual ou superior a 25 %;
- C) Quota de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, emitida no período diário compreendido entre as 7h e as 20h - Apuramento, no período de emissão diário das 7h às 20h, da percentagem de operadores ativos que preenchem a quota de 25 % de música portuguesa com um mínimo de 60 % de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados membros da União Europeia;
- D) Quota de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia nas 24 horas de emissão - Apuramento, no período das 24 horas de emissão, nos termos do ponto C);
- E) Quota de música portuguesa recente - Difusão de uma percentagem igual ou superior a 35 % de temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses (neste relatório esta análise está circunscrita aos operadores nacionais).

## 2. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS LOCAIS

### 2.1. APURAMENTO AUTOMÁTICO

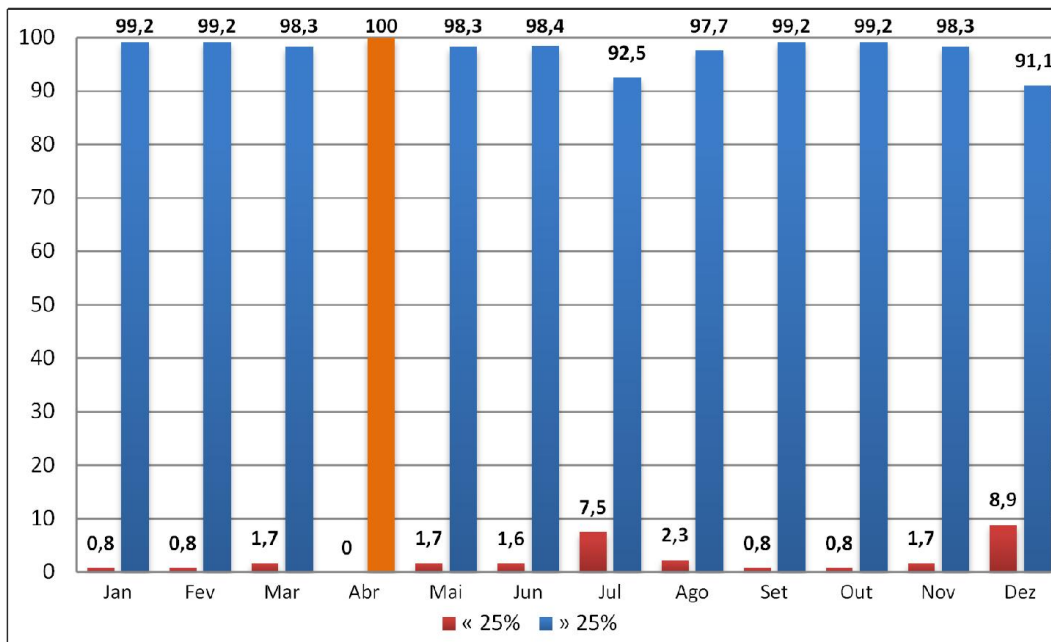
A presente análise reflete uma avaliação das cinco vertentes previstas na Lei da Rádio, já referidas neste relatório. Obedecendo-se à sequência aí definida, esta primeira apreciação incidirá sobre a percentagem de operadores locais, incluídos na amostra, ativos no sistema de apuramento automático, que asseguram o cumprimento da quota de 25 % de música portuguesa nas 24 horas de emissão, entendendo-se por operador local, conforme disposto na alínea d) do n.º 1 do artigo 7.º da Lei da Rádio, o serviço de programas cujo nível de cobertura de sinal abrange um município e eventuais áreas limítrofes.

No que atende à primeira vertente da análise os resultados obtidos configuram nas seguintes representações:

**Fig. 1- Média semestral - quota de 25 % no período de 24 horas de emissão**

Quota	média 1º semestre %	média 2º semestre %
> 25%	98,9	96,3
< 25%	1,1	3,7

**Fig. 2 - Percentagem mensal dos operadores da quota de 25 % nas 24 horas de emissão**



Os dados representados nas figuras permitem concluir que, em 2016, mais de 90 % dos operadores ativos no sistema de apuramento automático de quotas incluídos na amostra cumpriram a quota mínima mensal de 25 % nas 24 horas de emissão, verificando-se, no primeiro e segundo semestres, uma média de cumprimento na ordem dos 98,9 % e 96,3 %.

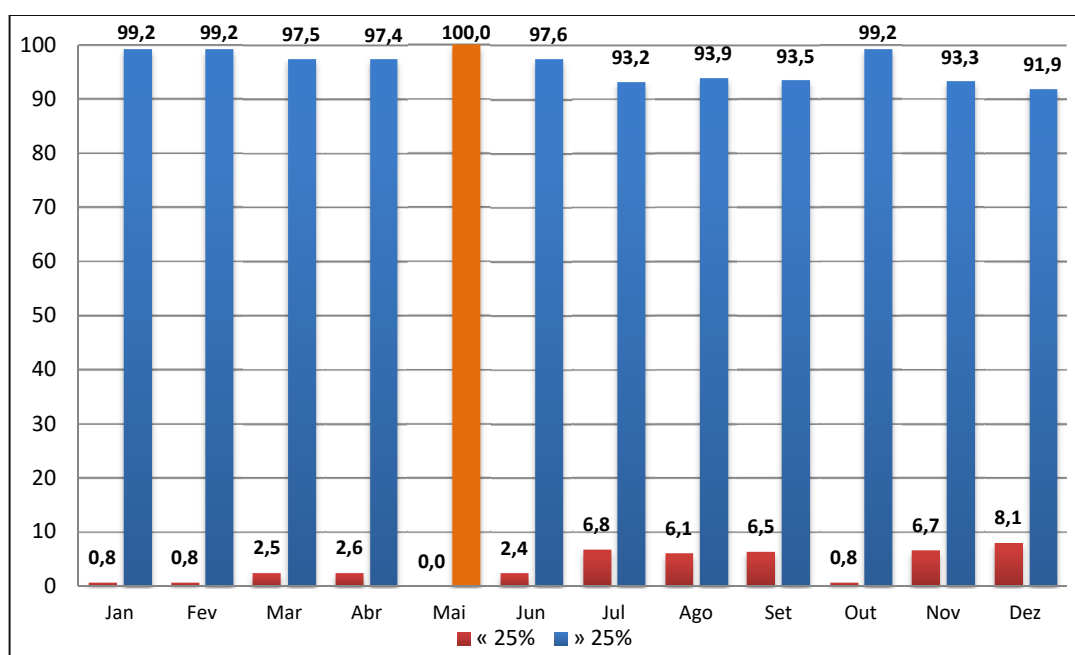
Conforme se pode observar na figura 2, não se verificaram infrações no mês de abril, pelo que, foi o mês em que se apurou a percentagem mais elevada de cumprimento, com 100% dos operadores da amostra a alcançarem a quota estabelecida.

Quanto à segunda vertente de análise, apresentam-se os apuramentos referentes ao número de serviços de programas de rádio, ativos no sistema automático e que integram a amostra, que emitem uma quota superior ou inferior a 25 % de música portuguesa no período de emissão compreendido entre as 7h e as 20h, de acordo com o exigido pelo artigo 41.º, n.º 1, conjugado com o art.º 47.º, n.º 2, ambos da Lei da Rádio.

**Fig. 3 - Média semestral - quota de 25 % entre as 7 e as 20 horas**

Quota	média 1º semestre %	média 2º semestre %
> 25%	98,5	94,2
< 25%	1,5	5,8

Fig. 4 - Percentagem mensal dos operadores da quota de 25 % entre as 7 e as 20 horas



No que se refere ao período compreendido entre as 7 e as 20 horas, os serviços de programas da amostra registaram, na maior parte do ano, uma percentagem superior a 90 % de difusão de música portuguesa, com valores no primeiro e segundo semestres, que se traduzem numa média de cumprimento de 98,5 % e 94,2 % [fig.3].

Da mesma forma no mesmo período, a totalidade dos operadores da amostra cumpriu a quota estabelecida, no mês de abril – 100%.

A terceira vertente de análise aos operadores locais atende à previsão do artigo 43.º conjugado com o artigo 47.º, n.º 2, da Lei da Rádio, nos termos dos quais se procedeu ao apuramento da percentagem de serviços de programas ativos no sistema, que emitem uma quota superior ou inferior a 60 % de música em língua portuguesa composta ou interpretada por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, no período de emissão compreendido entre as 7h e as 20h.

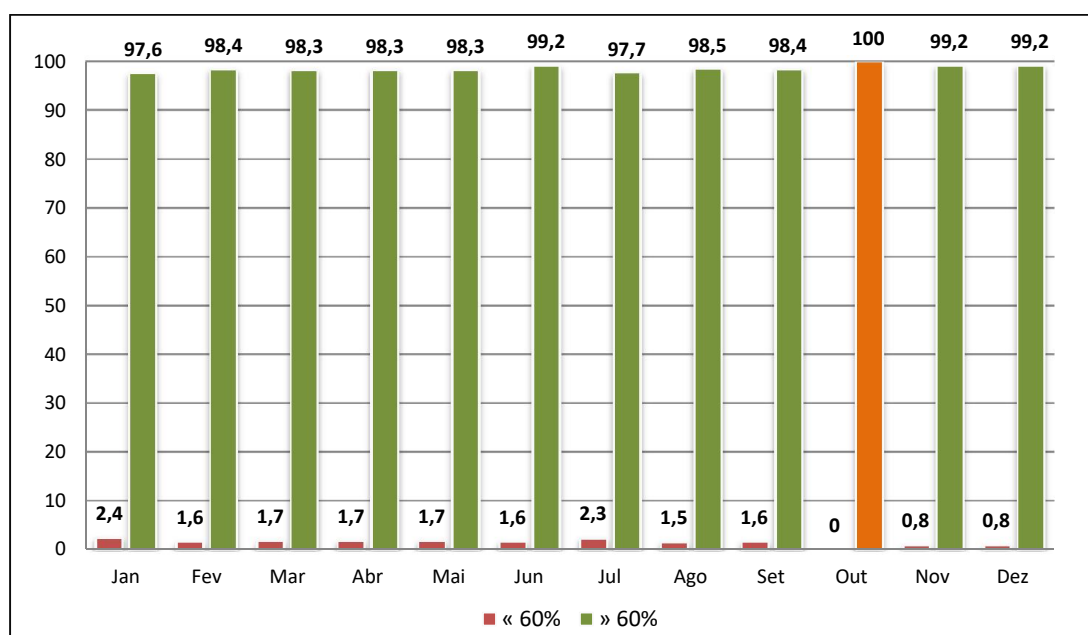
Refira-se que esta percentagem é apurada da quota definida no artigo 41.º, n.º1, que impõe a quota de emissão de música portuguesa a que os operadores estão obrigados.

Fig. 5 – Média semestral - quota de 60 % entre as 7 e as 20 horas

Quota	média 1º semestre %	média 2º semestre %
> 60%	98,4	98,8
< 60%	1,6	1,2



**Fig. 6 - Percentagem mensal dos operadores da quota 60 % entre as 7 e as 20 horas**



No que respeita a difusões musicais portuguesas interpretadas por cidadãos da União Europeia no período entre as 7 e as 20 horas, registam-se valores elevados em todos os meses do ano, mantendo-se a tendência de cumprimento elevado da quota expeável, com uma média de cumprimento de 98,4 % e 98,8 %, nos dois semestres de 2016 (fig.5).

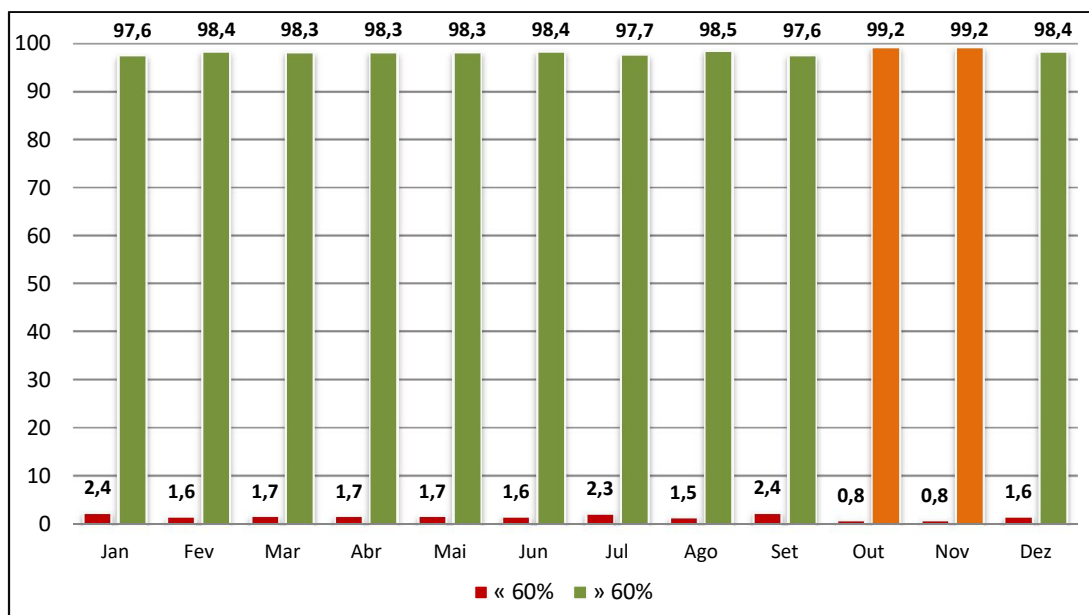
Conforme demonstra a fig.6 não se verificaram infrações, no mês de outubro, pelo que foi o mês em que se apurou a percentagem mais elevada de cumprimento, com a totalidade dos operadores a alcançarem a quota estabelecida.

A última vertente de análise no que respeita aos operadores locais prende-se, ainda, com o previsto no artigo 43.º da Lei da Rádio, quanto ao cumprimento de uma quota de 60 % dos 25 % de música portuguesa, para difusão de música em língua portuguesa composta ou interpretada por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia mas, desta feita, abrangendo as 24 horas de emissão.

**Fig. 7 - Média semestral - quota de 60 % no período das 24 horas de emissão**

Quota	média 1º semestre %	média 2º semestre %
> 60%	98,2	98,4
< 60%	1,8	1,6

**Fig. 8 - Percentagem mensal dos operadores da quota de 60 % nas 24 horas de emissão**



No que respeita aos temas em língua portuguesa difundidos nas 24 horas de emissão, registaram-se índices de cumprimento elevado, aferindo-se uma média de cumprimento de 98,2 % e 98,4 %, nos dois semestres de 2016.

Conforme demonstra a figura 8, nos meses outubro e novembro, observaram-se as percentagens mais elevadas de cumprimento, dado que 99,2% dos operadores da amostra cumpriram ou superaram a quota mínima estabelecida, no período das 24 horas de emissão.

Manteve-se o acompanhamento dos serviços de programas no sentido de corrigirem os desvios face aos valores previstos na lei e sensibilizados para a necessária regularidade de envio dos dados com a periodicidade mínima mensal.

No que se refere ao período da emissão de maior audiência, estratifica-se o número de serviços de programas com valores abaixo da quota mínima de 25 % prevista na lei, observados mensalmente, em intervalos de até 5 %; entre 5% e 10%; entre 10% e 15%; entre 15% e 20% e 20% e 25%.

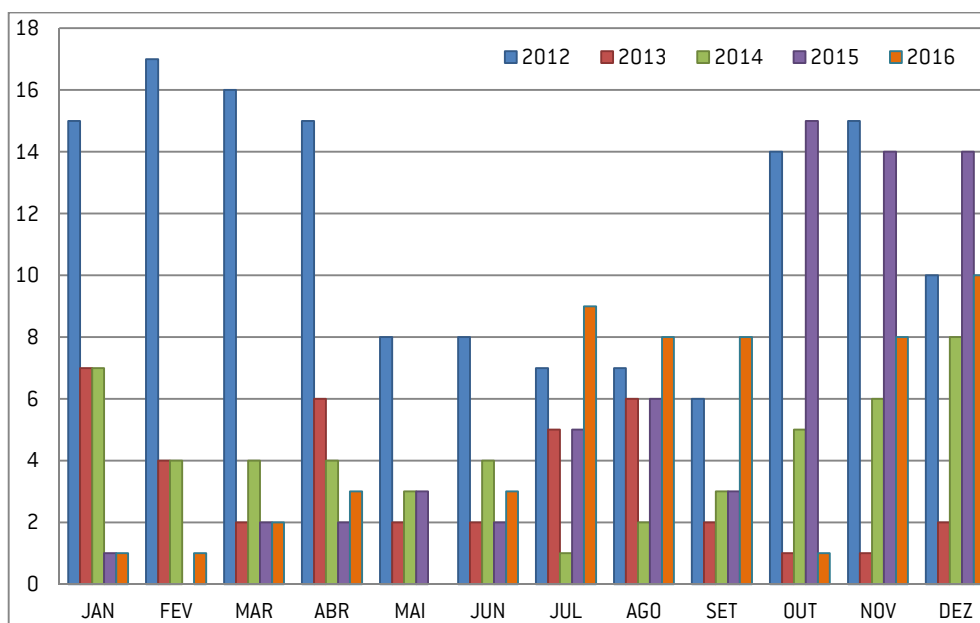
**Fig. 9 - Incumprimentos registados, por operador e por mês, no período entre as 7h e as 20h (2016)**

%	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
]0-5]	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
]5-10]	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
]10-15]	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
]15-20]	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	2
]20-25]	1	1	2	2	0	3	8	7	8	1	8	10	51
<b>Total</b>	1	1	2	2	0	3	9	8	9	1	8	10	54

Conforme o quadro formulado com base na amostra mensal de rádios cujos dados foram validados pela aplicação, no período entre as 7h e as 20 horas, o maior número de incumprimentos ocorreu no mês de dezembro, que teve origem em alguns desvios de rádios em parceria, as quais foram sensibilizadas para a correção e reposicionamento dos valores expeáveis.

Note-se que os desvios detetados à quota mínima prevista ocorreram no intervalo 20-25, ou seja, não foram relevantes, já que as percentagens destes serviços de programas se posicionaram na maior parte, entre os 20 % e os 24,5 %.

**Fig. 10 - Gráfico de incumprimentos registados, por operador e por mês 2012-2016**



Conforme demonstra o gráfico, e com suporte nos valores apurados através da aplicação, bem como na amostra considerada, em 2016, diminuiram os desvios da quota mínima de 25 % no período diário compreendido entre as 7 e as 20 horas.

## 2.2 ANÁLISE POR AMOSTRAGEM

A análise das quotas de música portuguesa de rádios locais com recurso a amostragem foi efetuada no âmbito de ações de fiscalização desenvolvidas ao longo do ano.

Além do suporte automático foram também observados 14 serviços locais, por via de amostragem, interligados a processos de fiscalização às emissões de vários serviços de programas.

Das rádios auditadas, grande parte difunde, em média, três ou mais temas de música portuguesa por hora de emissão, na faixa horária das 7h às 20h, o que se entende assegurar o cumprimento da quota mínima prevista na lei para este período, sendo que alguns serviços de programas integram ainda na sua programação espaços dedicados unicamente à música portuguesa.

No que atende à avaliação do cumprimento da quota de música recente, consagrada nos termos do artigo 44.º da Lei da Rádio, atendendo aos dados existentes e atento o ponto 1. deste relatório, a título indicativo, observou-se, nos últimos meses do primeiro e segundo semestres

do ano, junho e dezembro, que 46,9 % e 54,1 % dos serviços apresentaram valores iguais ou superiores a 35 % de música recente.

Saliente-se, quanto à música recente, os seguintes condicionalismos: por um lado, a produção nacional recente não é abundante e abrangente, não correspondendo à diversidade das linhas editoriais dos serviços de programas; por outro, constata-se que alguns operadores de rádio não preenchem adequadamente os campos referentes às datas da obra, obtendo-se valores inferiores aos que são efetivamente difundidos, o recurso a outros conteúdos não automaticamente contabilizáveis pelos sistemas operativos dos serviços de programas, como o CD ou eventos em direto), salvo se o operador assegurar a sua inserção, não são contabilizados pela aplicação.

### 3. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS REGIONAIS

#### 3.1 OPERADOR REGIONAL SUL – M80 RÁDIO

A Rádio Regional de Lisboa, S.A., com cobertura sobre a região sul do país, de teor temático musical, a emitir o serviço de programas *M80 Rádio*, está ativa no sistema automático, pelo que foi possível, ao longo do ano, acompanhar o comportamento deste operador em matéria de difusão de música portuguesa.

A informação apurada reporta-se aos dados concretos da emissão do operador, isto é, percentagem de difusão de música portuguesa emitida pelo serviço de programas *M80 Rádio*, aferida de acordo com as vertentes de análise consideradas neste relatório:

Fig.11 - Quota de 25 % de difusão de música portuguesa

M80 RÁDIO	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
24 horas	27,1	26,4	26,5	27,6	27,4	26,8	26,3	25,6	27,6	27,6	26,4	24,9
Das 7h às 20h	27,9	27	27	29,3	29	27,6	26,8	24,9	29,1	29,1	27,4	25,4

A M80 contabiliza, tanto nas 24 horas de emissão como no período entre as 7 e as 20 horas, percentagens que correspondem ou ultrapassam a quota mínima estabelecida de 25 %, excetuando o ligeiro desvio nos meses de agosto e dezembro, de 24,9%, dentro da margem de erro de 0,5%, considerada para efeitos de apuramento.

Fig.12 - Quota de 60 % de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa

M80 RÁDIO	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
24 horas	84,2	84,7	81,7	82,1	82,5	82	83,1	82,8	81,6	81,5	81,8	82,5
Das 7h às 20h	85,4	86,2	82,8	83,1	84,2	82,6	83	84	81,5	81,6	81,3	81,7

No que respeita à subquota de 60 % de temas compostos ou interpretados em língua portuguesa, quer no período total da emissão musical, quer no período compreendido entre as 7 e as 20 horas, a *M80* regista, quase ao longo de todo o ano, valores acima dos 80%.

Tendo em conta o modelo programático deste serviço de programas, a *M80* está isenta do cumprimento da quota prevista no artigo 44.º, n.º 2 da Lei da Rádio, relativa à música recente.

## 4. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS NACIONAIS

### 4.1. RFM, RÁDIO RENASCENÇA E RÁDIO COMERCIAL

Prosseguindo a análise desta vez no que atende às rádios privadas nacionais, cuja difusão deverá abranger a generalidade do território nacional, apresentam-se os apuramentos dos serviços de programas *RFM, Rádio Renascença e Rádio Comercial*.

Os serviços de programas nacionais da concessionária de serviço público, *Antena 1 e Antena 3*, são objeto de análise independente neste relatório.

O apuramento efetuado para os operadores nacionais na divulgação da música portuguesa segue os critérios legais já supra descritos, aplicáveis a todos os operadores independentemente do âmbito geográfico a que se destinam. Assim sendo, a análise apresentada, tendo por base os elementos rececionados via automática, respeita às vertentes de difusão das quotas de 25 %, 35 % e 60 % no período das 24 horas e no período das 7h às 20h, tendo presente o descritivo dos pontos A, B,C D e E, já mencionados no início do ponto 2 deste relatório.

Fig. 13 - Percentagem de música portuguesa nas 24 horas de emissão

OPERADOR	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
RFM	27,6	27,3	27,5	27,3	27,5	27	27,3	27,8	27,3	27,3	27,6	25,9
RR	32,9	33,9	29	32,9	34,9	32,8	33,5	33,7	30,1	28	25,2	23,5
R.COMERCIAL	26,2	24,4	26,2	27	27,6	28,3	27,7	26,6	23,8	23,8	24,5	24,9

No que atende à primeira quota prevista na lei, que prevê a emissão de 25 % de música portuguesa nas 24 horas de emissão, os valores observados na figura 13, evidenciam que a *RFM* cumpriu e superou em todos os meses do ano a quota mínima prevista na lei. No que respeita à *RR*, revelou no mês de dezembro um valor inferior à quota mínima expeável, não obstante, na maior parte do ano, registou valores superiores a 30%. A *Rádio Comercial* acusou vários desvios ao longo do ano, alguns enquadráveis na margem de 0,5% considerada para efeitos de apuramento.

Fig. 14 - Percentagem de música portuguesa entre as 7 e as 20 horas

OPERADOR	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
RFM	25,6	25,5	25,8	25,3	25,4	25,6	26,2	26,7	26,4	26,7	26,6	25
RR	30,2	31,9	27,4	30,5	31,5	30,5	30,3	31,1	27,3	26,8	26,2	24
R.COMERCIAL	25,3	24,7	27,1	28	28,9	29,8	29,1	27,6	24,9	24,3	25,5	25,5

No que se refere ao período de emissão compreendido entre as 7 e as 20 horas, a *RFM* cumpriu da mesma forma em todos os meses do ano a quota prevista. A *RR* e a *Rádio Comercial* denotaram algumas flutuações face à quota expeável, mas apresentaram, ao longo da maior parte do ano, valores em muito superiores à quota mínima definida, caso da *RFM* nos primeiros oito meses do ano com valores iguais ou superiores a 30 % (fig. 14).

**Fig. 15 - Percentagem de música composta ou interpretada em língua portuguesa entre as 7 e as 20 horas**

Quanto às difusões musicais portuguesas compostas ou interpretadas por cidadãos da União

OPERADOR	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
RFM	83,1	72,5	60,2	68,3	63,4	62,2	58,3	56,8	58,1	63,8	69,9	71,6
RR	81,6	83,7	82,8	80,3	81,1	79,9	80,4	81,2	80,6	81,6	79,3	74,2
R.COMERCIAL	86,5	86,2	82,5	79,6	71	77,9	84,5	82,1	79,9	82,2	83,4	79

Europeia, os três serviços de programas nacionais superaram a quota mínima de 60 % prevista na lei. A *Rádio Comercial*, a *Rádio Renascença* e a *RFM* registaram, em dezembro, percentagens elevadas destas difusões, respetivamente 79 %, 74,2 % e 71,6 %. (fig. 15).

**Fig. 16 - Percentagem de música composta ou interpretada em língua portuguesa nas 24 horas de emissão**

OPERADOR	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
RFM	82	73,4	61,9	69,6	65,6	65,1	61,2	59,0	62,1	67,7	69,8	70,7
RR	81,0	82,9	82	80,3	81,1	79,9	80,9	81,4	81,3	81,8	79,3	76,7
R.COMERCIAL	83,8	85,1	82,7	80,1	79,6	79,9	83,4	82,4	79,3	82,6	83,3	77,7

Os dados representados na figura 16 asseguram que, da mesma forma, na emissão das 24 horas, os três serviços registaram ao longo do ano valores de música em língua portuguesa bastante elevados e superando na maior parte dos meses a quota mínima de 60%.

**Fig. 17 - Percentagem de música recente nas 24 horas de emissão**

OPERADOR	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
RFM	63,3	64,8	63,8	63,5	60,9	55,1	63,9	66,4	67,5	67,7	69,8	70,7
RR	16	17,7	17	18,5	17,4	14,6	12,7	12,4	12,4	14,5	9,7	9,2
R.COMERCIAL	63,6	60,9	63	66,6	71,5	77,2	78,8	79,2	73,4	71,3	63,2	61,8

Passamos de seguida à análise dos três serviços de programas nacionais privados no que se refere à quota de música recente, definida em 35 %, esta apurada sobre o total de música portuguesa difundida (art.º 41º, n.º1).

Os serviços de programas *RFM* e *Rádio Comercial* registaram, ao longo de todos os meses do ano, valores bastante elevados de música recente, assinalando-se, em dezembro, quotas de 70,7% e 61,8 % para as mencionadas estações.

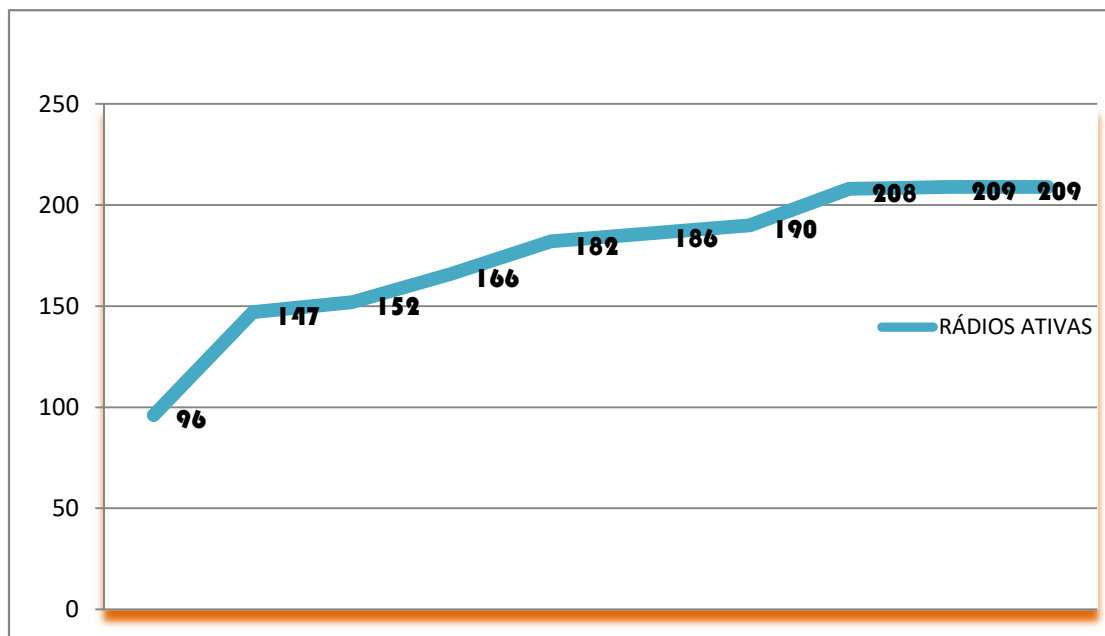
Já a *Rádio Renascença*, que apresenta percentagens elevadas de música portuguesa, registou na música recente valores bastante inferiores aos previstos, atentas as condicionantes da sua programação musical e público-alvo específicos, o projeto editorial e a produção nacional insuficiente. Note-se que as elevadas percentagens contabilizadas para a quota de música portuguesa interferem nos valores contabilizados nas subquotas.

Os serviços de programas *RFM* e *Rádio Comercial* direcionados a um público mais jovem e beneficiando de maior oferta musical apresentaram quotas elevadas de música recente.

## 5. ANÁLISE EVOLUTIVA 2008 – 2016

A utilização do Portal, em 2016, manteve os mesmos operadores no sistema de apuramento automático de rádios de música portuguesa face ao ano anterior:

Fig. 18 - Quadro comparativo das rádios ativas no portal de música portuguesa 2007-2016



Ativos: Serviços de programas que se encontram inscritos no portal

### 5.1. OPERADORES LOCAIS

No que atende aos apuramentos semestrais dos operadores locais entre 2008 e 2016, assinala-se o seguinte:

Fig. 19 - Percentagem média por semestre da quota de 25 % nas 24 horas de emissão

Ano	> 25 %		< 25 %	
	1º semestre	2º semestre	1º semestre	2º semestre
2008	84,3	-	84,9	-
2009	87,4	↑	88,4	↑
2010	85,3	↓	83,6	↓
2011	85,5	↑	84,8	↑
2012	91	↑	84,6	↓
2013	95,6	↑	95,8	↑
2014	96,7	↑	94,7	↓
2015	98,5	↑	94,9	↑
2016	98,9	↑	96,3	↑

Fig. 20 - Percentagem média por semestre da quota de 25 % entre as 7 e as 20 horas

Ano	> 25 %		< 25 %					
	1º semestre	2º semestre	1º semestre	2º semestre				
2008	85	-	86,2	-	15,2	-	13,8	-
2009	91,3	↑	89,5	↑	8,7	↓	10,5	↓
2010	82	↓	81,9	↓	18	↑	18,2	↑
2011	87	↑	86,5	↑	13	↓	13,5	↓
2012	89	↑	82,6	↓	11	↓	17,4	↑
2013	96,3	↑	97,4	↑	3,7	↓	2,6	↓
2014	96,3	=	95,1	↓	3,7	=	4,9	↑
2015	98,6	↑	92	↓	2,7	↓	3,2	↓
2016	98,5	↓	94,2	↑	1,5	↓	5,8	↑

No que se refere à média semestral de operadores locais que asseguram o cumprimento da quota de 25 % de música portuguesa, nas 24 horas de emissão, esta situa-se no primeiro semestre de 2016, em 98,9 %, a mais alta dos anos observados. Não obstante o decréscimo de 2,6 %, no segundo semestre, com 96,3 %, ainda assim apresentou uma subida de 1,4 %, face ao mesmo período de 2015 (fig. 19).

Na análise das médias semestrais de difusões musicais no período das 7h às 20h, verifica-se que a percentagem de cumprimento no primeiro semestre assenta nos 98,5 %, com o ligeiro decréscimo de 0,5 %, face ao ano 2015. No que se refere ao segundo semestre do ano, regista-se da mesma forma, uma subida de 2,2% face à média apurada no ano anterior, situando-se nos 94,2%.

**Fig. 21 - Percentagem média por semestre da quota de difusão de música em língua portuguesa no período entre as 7 e as 20 horas**

Ano	> 60 %		< 60 %					
	1º semestre	2º semestre	1º semestre	2º semestre				
2008	89	-	93,3	-	11	-	6,7	-
2009	96,9	↑	94,5	↑	3,1	↓	5,5	↓
2010	80,3	↓	93,5	↓	19,7	↑	6,6	↑
2011	91,3	↑	93,9	↑	8,7	↓	6,1	↓
2012	95,8	↑	84	↑	4,2	↓	16	↑
2013	92,2	↓	93,2	↑	7,8	↑	6,8	↓
2014	93,7	↑	92	↓	6,3	↓	8	↑
2015	97,3	↑	96,8	↑	2,7	↓	3,2	↓
2016	98,4	↑	98,8	↑	1,6	↓	1,2	↓



Fig. 22 - Percentagem média por semestre da quota de difusão de música em língua portuguesa nas 24 horas de emissão

Ano	> 60 %		< 60 %	
	1º semestre	2º semestre	1º semestre	2º semestre
2009	95,5	-	95,8	-
2010	80,9	↓	92,9	↓
2011	92,2	↑	93	↑
2012	96,8	↑	85	↓
2013	91,7	↓	92,7	↑
2014	93,9	↑	91,7	↓
2015	97,2	↑	96,8	↑
2016	98,2	↑	98,4	↑

\*Ano 2008 – sem apuramento

No que respeita ao apuramento do percentual médio no período entre as 7 e as 20 horas e quanto à difusão de temas em língua portuguesa interpretados por cidadãos da UE, observa-se, situação já ocorrida no ano anterior, uma variação positiva face a 2015, nos dois semestres do ano, num acréscimo de 1,3p.p. e 2,0p.p., revelando-se as percentagens mais elevadas desde 2009, respetivamente 98,4 % e 98,8 % (fig.21).

Quanto ao período total de emissão (24 horas), as médias observadas nos termos da quota do artigo 43.º da Lei da Rádio, registaram, da mesma forma, os valores mais elevados até à data observados, com um diferencial de 1,0p.p. e 2,4p.p., face ao mesmo período do ano 2015. No primeiro semestre a média de cumprimento da música em língua portuguesa foi de 98,2 % e no segundo semestre de 98,4 % (fig. 22).

## 5.2 – OPERADOR REGIONAL

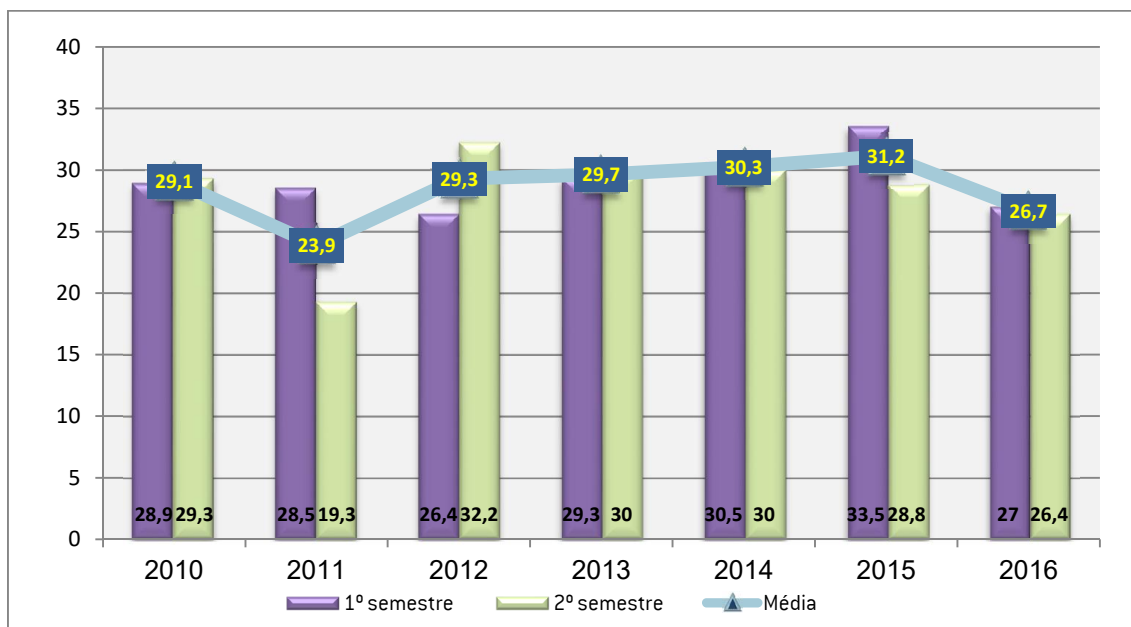
Reporta-se de seguida a evolução semestral do operador com a cobertura regional da zona sul do país, que difunde o serviço de programas temático musical *M80*.

Fig. 23 - Apuramento da percentagem média por semestre *M80 Rádio* (2010-2016)

Ano	MÚSICA PORTUGUESA								MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA							
	24 Horas		Entre as 7 e as 20 horas		1º semestre		2º semestre		24 Horas		Entre as 7 e as 20 horas		1º semestre		2º semestre	
	1º semestre	2º semestre	1º semestre	2º semestre	1º semestre	2º semestre	1º semestre	2º semestre	1º semestre	2º semestre	1º semestre	2º semestre	1º semestre	2º semestre	1º semestre	2º semestre
2010	28,9	-	29,3	-	24,2	-	24,5	-	89,9	-	89,5	-	90,9	-	90,2	-
2011	28,5	↓	19,3	↓	23	↓	14,4	↓	89,3	↓	89,7	↑	90,4	↓	91,3	↑
2012	26,4	↓	32,2	↑	23	=	29,5	↑	90,4	↑	89,6	↓	91,3	↑	90,2	↓
2013	29,3	↑	30	↓	28	↑	28,3	↓	86,1	↓	84,2	↓	86,3	↓	85,1	↓
2014	30,5	↑	30	=	29	↑	28,3	=	83,9	↓	84	↓	84,9	↓	85,4	↑
2015	33,5	↑	28,8	↓	32,2	↑	26	↓	86,4	↑	86,1	↑	85,7	↑	87,4	↑
2016	27	↓	26,4	↓	28	↓	27,1	↑	82,9	↓	82,2	↓	84,1	↓	82,2	↓

Conforme se pode observar na figura 23, e no que reporta a médias semestrais, o serviço de programas *M80* regista, no primeiro semestre de 2016, uma flutuação de 6,5% inferior à apurada, em 2015, no entanto a média de 27%, 2p.p. acima da quota mínima (25%). Da mesma forma, no segundo semestre do ano, observa-se um decréscimo de 2,4%, face ao valor apurado no ano anterior, com 26,4%, pelo que se mantém acima da quota mínima de 25 %, prevista nos termos do n.º1 do artigo 41.º, da Lei da Rádio.

Fig. 24 - Percentagem média por semestre da quota de 25% nas 24 horas de emissão



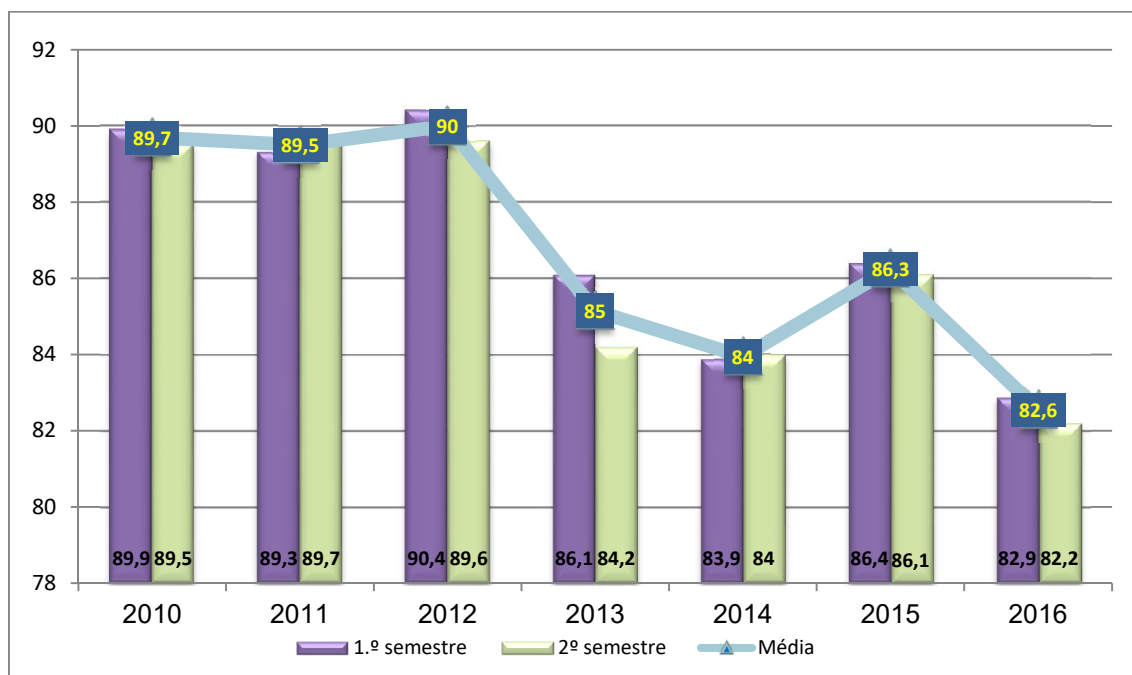
Comparativamente aos valores apurados no ano anterior, no que respeita ao período compreendido entre as 7 e as 20 horas, assinala-se uma descida de 4,2p.p. nos valores observados no primeiro semestre de 2016, atendendo ao valor do ano anterior, situando-se em 28%, tal como no segundo semestre com um desvio de - 2,4%, contabilizando-se para a *M80* uma média semestral na ordem dos 26,7% (fig.24).

Fig. 25 - Percentagem média por semestre da q



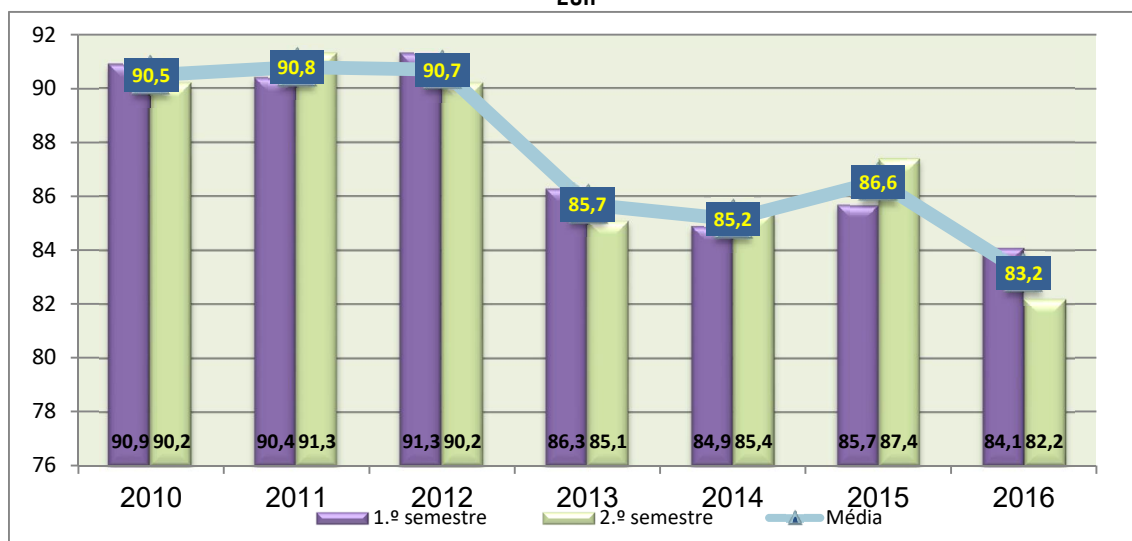
Direcionando a análise para a quota prevista no artigo 43.º da Lei da Rádio, e que refere à difusão de música em língua portuguesa, difundida por ano e semestre nas 24 horas de emissão, os valores observados refletem um decréscimo nos dois semestres face ao ano anterior, de 3,5% e 3,9% respetivamente, resultando numa descida de 3,7 pontos percentuais na média anual observada, que ainda assim se apresenta bastante elevada com uma percentagem de 82,6 (fig. 26).

**Fig. 26 - Percentagem média por semestre da quota de difusão de música em língua portuguesa nas 24 horas de emissão**



Apresentam-se ainda os valores de música em língua portuguesa no período horário de maior audiência, em que se registaram, mais uma vez, índices elevados de cumprimento para o operador regional. Não obstante, se verificarem decréscimos no primeiro e segundo semestres, 3,5p.p. e 3,9p.p., a média anual de 83,2% mantém-se em muito superior à quota mínima de referência de 60 % (fig. 27).

**Fig. 27 - Percentagem média por semestre da quota de difusão de música em língua portuguesa no período das 7h às 20h**



### 5.3 – OPERADORES NACIONAIS

Reportam-se de seguida as tendências das médias anuais dos serviços de programas de âmbito nacional, no período compreendido entre 2008 e 2016.

Fig. 28 - Percentagem média anual de música portuguesa nas 24 horas de emissão – 2008 a 2016

ANO	RFM		RR		RÁDIO COMERCIAL	
2008	27,2	-	30,9	-	26,9	-
2009	27,4	↑	29,6	↓	26,2	↓
2010	26,8	↓	29,9	↑	27,8	↑
2011	25,9	↓	31,1	↑	28,8	↑
2012	26,3	↓	30,4	↑	29,8	↑
2013	26,1	↓	29,5	↓	29,5	↓
2014	26,9	↑	28,8	↓	26,7	↓
2015	27,1	↑	32	↑	26	↓
2016	27,3	↑	30,9	↓	25,9	↓

Na análise comparativa do período 2010-2016 dos três serviços de programas de âmbito nacional, privados, no que respeita à difusão de música portuguesa, nas 24 horas de emissão, constata-se que a *RFM* apresentou no presente ano um desvio positivo de 0,2p.p., face ao ano anterior, calculando-se a a média anual de 27,3%.

A *Rádio Renascença* registou uma descida de 1,1p.p., não obstante mantém a média anual mais elevada dos serviços observados com 30,9%.

A *Rádio Comercial* apresentou um diferencial de 0,1p.p., no entanto mantém uma quota média anual ainda assim superior a 25 %.

Fig. 29 - Percentagem média anual de música portuguesa no período entre as 7 e as 20 horas – 2008 a 2016

ANO	RFM		RR		RÁDIO COMERCIAL	
2008	26,9	-	34,4	-	27	-
2009	28,8	↑	26,2	↓	27,1	↑
2010	28,1	↓	26,5	↑	29,1	↑
2011	26,1	↓	24,5	↓	27,7	↓
2012	25,8	↓	25,3	↑	29,9	↑
2013	25,3	↓	26,6	↑	30	↑
2014	25,4	↑	26,8	↑	26,8	↓
2015	25,3	↓	30	↑	25,4	↓
2016	25,9	↑	29	↓	26,7	↑

Conforme demonstra a figura acima, no período das 7 às 20 horas, as percentagens anuais de difusão de música portuguesa, por parte da *RFM* e da *Rádio Comercial* cresceram face ao ano anterior 0,6p.p e 1,3p.p. respetivamente, registando médias anuais de 25,9 % e 26,7%.

A *Rádio Renascença* não obstante o decréscimo de 1,0p.p. face ao ano anterior, situa-se no percentual 29 e apresenta ainda o valor mais elevado dos três serviços em análise.

**Fig. 30 - Percentagem média anual de música em língua portuguesa entre as 7 e as 20 horas – 2008 a 2016**

ANO	RFM		RR		RÁDIO COMERCIAL	
2008	85,8*	-	76,8*	-	56,7	-
2009	93,2	↑	92,8	↑	58,4	↑
2010	65,7	↓	72,4	↓	60,1	↑
2011	64,1	↓	80,7	↑	57,6	↓
2012	66,1	↑	83	↑	61	↑
2013	73,1	↑	81,9	↓	63	↑
2014	66,1	↓	78,9	↓	66,1	↑
2015	82,3	↑	78,8	↓	75	↑
2016	65,7	↓	80,6	↑	81,2	↑

\* Valores referentes somente ao 2º semestre de 2008

Resta ainda o apuramento da média anual referente às difusões musicais em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia, no período de emissão entre as 7 e as 20 horas.

Conforme demonstram os dados representados na fig. 30, a *RFM* registou um decréscimo significativo de 6,6% na média apurada para 2016, atenta a percentagem observada de 65,7%.

A *Rádio Comercial* apresentou a média mais alta dos três serviços analisados, 81,2 %, num diferencial positivo de 6,2p.p., face aos valores obtidos no ano anterior.

No que respeita à *Rádio Renascença*, regista também acréscimo de 1,8 %, traduzindo-se numa média anual de 80,6%, bastante representativa do tempo dedicado pela estação à difusão de música em língua portuguesa.

## 6. REGIME DE EXCEÇÃO

A Lei da Rádio estabelece, no seu artigo 45.º, um regime de exceção para serviços de programas cujo modelo específico de programação se baseie na difusão de géneros musicais insuficientemente produzidos em Portugal.

O Regulamento n.º 495/2008 da ERC, aprovado, em 28 de agosto, estabelece, no seu artigo 2.º, que apenas os serviços classificados como temáticos musicais e de acordo com o projeto licenciado podem requerer a isenção das quotas previstas na lei.

Esses serviços de programas devem obedecer a modelos de programação específicos dedicados à difusão dos géneros musicais considerados insuficientemente produzidos em língua portuguesa, sendo estes: *hip-hop/rap/urban*, *infantil*, *jazz/bules*, *dance* e música clássica, de acordo com os dados recolhidos junto da AFP – Associação Fonográfica Portuguesa.

Decorre à data o processo de reavaliação do Regulamento supra, nos termos do artigo 8.º do mesmo, tendo a ERC, para o efeito, solicitado junto da AFP, a informação necessária para identificação e análise de géneros musicais reconhecidos como de produção nacional insuficiente.

Ao abrigo do regime de exceção, encontram-se isentos 34 (trinta e quatro) serviços de programas que contemplam uma programação musical centrada nos géneros *dance music*, *hip-hop* e *jazz*.

**Fig. 31 – Serviços de programas temáticos isentos do cumprimento de quota ao abrigo do artigo 45.º da Lei da Rádio e do Regulamento n.º 495/2008/ERC**

Denominação	Concelho	Tipo Rádio	Tipo Emissão	Rádio Ativa no portal automático
Cid FM Minho	Amares	Temática	Local	Sim
Cidade FM Tejo	Montijo	Temática	Local	Sim
Cidade FM Vale Cambra	Vale de Cambra	Temática	Local	Sim
CidadeFM Alentejo	Redondo	Temática	Local	Sim
CidadeFM Algarve	Loulé	Temática	Local	Sim
CidadeFM Centro	Penacova	Temática	Local	Sim
CidadeFM Lisboa	Lisboa	Temática	Local	Sim
CidadeFM Ribatejo	Alcanena	Temática	Local	Sim
CidadeFM Viseu	Viseu	Temática	Local	Sim
Hiper FM	Rio Maior	Temática	Local	Sim
Kiss FM	Albufeira	Temática	Local	Não
Kiss FM	Oeiras	Temática	Local	Sim
Mega Hits	Lisboa	Temática	Local	Não
Mega Hits Aveiro	Aveiro	Temática	Local	Sim
Mega Hits Porto	Porto	Temática	Local	Não
Mega Hits Sintra	Sintra	Temática	Local	Não
Mega Hits Coimbra	Coimbra	Temática	Local	Não
Nove3Cinco	Póvoa de Lanhoso	Temática	Local	Sim
Orbital	Loures	Temática	Local	Não
Oxigénio	Oeiras	Temática	Local	Não
Radio Clube do Minho	Braga	Temática	Local	Sim
Rádio Clube Monsanto	Idanha a Nova	Temática	Local	Sim
Rádio Independente de Aveiro	Aveiro	Temática	Local	Não
Rádio Marginal	Cascais	Temática	Local	Sim
Rádio Nova	Porto	Temática	Local	Sim
Rádio Nova Era	Vila Nova de Gaia	Temática	Local	Sim
Rádio Nova Era	Paredes	Temática	Local	Sim
Rádio Satélite	Vila Nova de Gaia	Temática	Local	Sim
RES FM	Alpiarça	Temática	Local	Sim
Smooth FM	Figueiró dos Vinhos	Temática	Local	Sim
Smooth FM	Barreiro	Temática	Local	Sim
Smooth FM	Matosinhos	Temática	Local	Sim
Smooth FM Lisboa	Lisboa	Temática	Local	Sim
Smooth FM Santarém	Santarém	Temática	Local	Sim

Dos 34 serviços de programas temáticos musicais isentos, 25 são considerados ativos dado que já enviaram ou enviam dados através do portal das quotas de música, embora não se encontrem contabilizados nos apuramentos.

## QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – SERVIÇO PÚBLICO

### 1. NOTAS INTRODUTÓRIAS

#### 1.1. OBJETIVOS

O presente relatório apresenta uma análise do comportamento dos serviços de programas radiofónicos *Antena 1* e *Antena 3*, concessionários do serviço público de radiodifusão sonora, quanto à difusão de música portuguesa.

Esta avaliação decorre das obrigações impostas pela Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro (Lei da Rádio), que estabelece que o primeiro serviço de programas da concessionária de serviço público, nos termos do artigo 42.º do identificado diploma, está sujeito a uma quota de emissão de música portuguesa não inferior a 60 % da totalidade da música emitida.

Da mesma forma, está sujeito ao previsto no artigo 44.º da Lei da Rádio, que estabelece a obrigação de emissão de uma quota de 35 % de difusões musicais editadas nos últimos 12 meses.

No que respeita à *Antena 3*, o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, na Cláusula 16.ª, alínea b), passou a incluir a obrigação de difundir a quota mínima de 50 % (nos termos da quota prevista no n.º1 do art.º 41.º) no seu serviço de programas vocacionado para o público mais jovem. A fiscalização, nos termos da Cláusula 31.ª, n.º1 é da responsabilidade do Estado, através dos membros responsáveis pelas áreas das Finanças e da Comunicação Social.

Desta forma nos termos da Lei da Rádio, para a *Antena 3*, incumbe à ERC (cfr. artigos 41.º n.º 1, 43.º, 44.º, n.º 1, e 47.º da Lei da Rádio) a fiscalização do cumprimento da quota de 25 % de música portuguesa, de 60 % de música em língua portuguesa e 35 % de música recente, percentagens estas apuradas nas 24 horas de emissão e ainda no período compreendido entre as 7h e as 20h.

O presente relatório compara ainda apuramentos médios semestrais dos serviços de programas *Antena 1* e *Antena 3*, respeitantes ao período 2008-2016.

#### 1.2 METODOLOGIA

Para apuramento das quotas, as informações aqui expostas resultam da validação feita pela ERC dos dados rececionados no Portal de Rádio.

O apuramento das quotas de música portuguesa é efetuado mensalmente, através do sistema de informação da ERC, e tem como base o número de composições difundidas por cada serviço de programas no mês anterior.

Os elementos em questão rececionados, via automática, têm em conta as seguintes vertentes previstas na lei:

- a) Quota nas 24 horas de emissão – Apuramento, em 24 horas de emissão, do cumprimento pelo primeiro e terceiro serviços de programas da concessionária de serviço público da emissão de uma percentagem não inferior, respetivamente, a 60 % e 25 % de música portuguesa, apurada em função da totalidade da música difundida.

- b) Quota no período diário compreendido entre as 7h00 e as 20h00 – Apuramento, no período de emissão diário das 7h00 às 20h00, da emissão de uma percentagem não inferior a 60 % e a 25 % de música portuguesa, apurada em função da totalidade da música difundida.
- c) Quota de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia – Apuramento do cumprimento da obrigação de emissão de uma percentagem não inferior a 60 % de música composta ou interpretada, em língua portuguesa, por cidadãos dos Estados membros da União Europeia entre as 7h00 as 20h00.
- d) Quota de música portuguesa recente – Difusão de uma percentagem igual ou superior a 35 % de temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses.

## 2. ANTENA 1

### 2.1. APURAMENTO DO CUMPRIMENTO DA OBRIGAÇÃO DE DIFUSÃO DE 60 % DE MÚSICA PORTUGUESA

O artigo 42.º da Lei da Rádio estabelece a quota mínima de emissão de música portuguesa do primeiro serviço de programas da concessionária de serviço público de radiodifusão sonora, determinando que não deve ser inferior a 60 % da totalidade da música nele difundida.

A obrigação de emissão de 60 % de música portuguesa é apurada, ainda, com referência ao período entre as 7h e as 20h, nos termos do artigo 42.º conjugado com o n.º 2 do artigo 47.º da Lei da Rádio.

**Fig. 1 - Difusão de música portuguesa (valores em %)**

Período horário de emissão	jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
24 horas	90,8	90,8	88,9	89,7	89,7	88,2	86,2	84,5	87,9	87,9	89,4	86,4
7h00m às 20h00m	91,2	90,5	89,1	89,2	90,1	88,5	86,7	84,1	87,5	87,9	88,9	85,6

Pela leitura dos valores da figura 1, na qual se apresentam os dados referentes a todo o ano de 2016, constata-se que a quota apurada permanece elevada, quer no período das 24 horas quer no período de emissão compreendido entre as 7 e as 20 horas, atingindo ou ultrapassando uma quota de 90% no primeiro semestre do ano, janeiro, fevereiro e maio.

É de salientar que a *Antena 1* mantém valores elevados de difusão de música portuguesa nos dois períodos horários contidos na lei.

**Fig.2 - Evolução comparativa 2008-2016 (valores em %)**

Ano	24 Horas				Das 7H às 20H			
	Média 1º semestre		Média 2º semestre		Média 1º semestre		Média 2º semestre	
2008	67,7	-	65,4	-	65	-	65,4	-
2009	64,1	↓	64,6	↓	65	=	65,4	=
2010	65,4	↑	79,8	↑	64,9	↓	78,4	↑
2011	86,7	↑	93,8	↑	85	↑	93,2	↑
2012	98,5	↑	98,5	↑	98	↑	98,3	↑
2013	98,8	↑	97,3	↓	99	↑	97	↓
2014	97,7	↓	98,8	↑	98,4	↓	78,3	↓
2015	97	↓	94,4	↓	96,8	↑	94,6	↑
2016	89,7	↓	87,1	↓	89,8	↓	86,8	↓



Atendendo aos valores do período 2008-2006, os quais refletem a evolução percentual da *Antena 1* em semestres homólogos, constata-se que a percentagem de música portuguesa se manteve bastante elevada em particular nos últimos seis anos.

Não obstante, os dados apurados em 2016 indicarem um decréscimo das percentagens de difusão de música portuguesa nos dois períodos da emissão, tendo em conta os apuramentos dos anos anteriores, mantém-se a predominância da música portuguesa, que se traduz em valores bastante superiores a 60%.

## 2.2. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 60 % DE MÚSICA COMPOSTA OU INTERPRETADA EM LÍNGUA PORTUGUESA POR CIDADÃOS DOS ESTADOS MEMBROS DA UNIÃO EUROPEIA

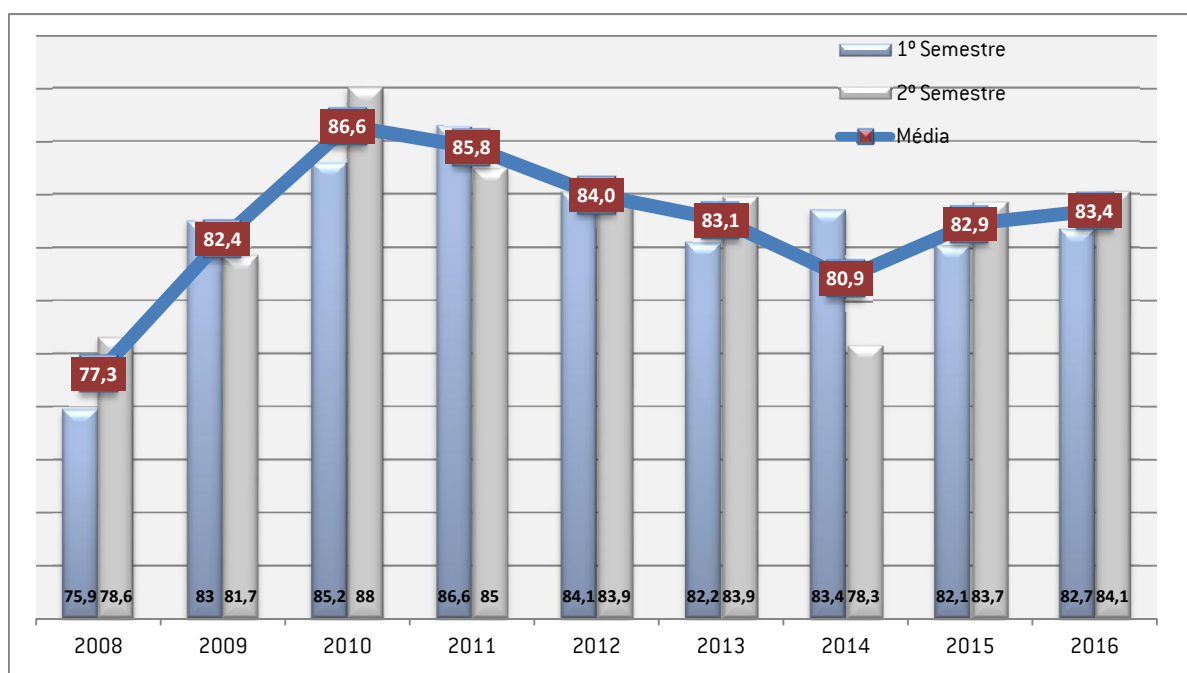
Outra das obrigações consagradas na Lei da Rádio impõe que 60 % da música portuguesa emitida seja composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados membros da União Europeia, nos termos do artigo 43.º da Lei da Rádio.

**Fig.3 - Difusão de música composta por cidadãos da UE, entre as 7 e as 20 horas**

Período horário de emissão	jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
24 horas	81,8	82,9	83,5	83,7	82,7	83	82,9	79	83,2	84,4	86,6	87,3
7h00m às 20h00m	81,6	82,3	82,9	84,2	82,5	82,7	83	79	83,4	85	86,6	87,6

Conforme se pode observar na figura 3, a *Antena 1* regista ao longo do ano, percentagens de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa superiores a 80%, registando no mês de dezembro os valores de 87,3% e 87,6%, no tempo total de emissão e no período horário de maior audiência, respetivamente.

**Fig.4 - Evolução comparativa 2008-2016 (valores em %)**



Observando as médias anuais e semestrais apuradas, verifica-se que na demonstração anual de 2009-2016, os valores alcançados são sempre superiores a 80 %, revelando 2016 uma ligeira subida de 1,4%, tendo como referência o ano anterior.

### 2.3. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 35 % DE TEMAS CUJA PRIMEIRA EDIÇÃO FONOGRAFICA OU COMUNICAÇÃO PÚBLICA TENHA SIDO EFETUADA NOS ÚLTIMOS 12 MESES

A Lei da Rádio estabelece ainda que 35 % das composições portuguesas difundidas sejam temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses, conforme resulta do artigo 44.º da Lei da Rádio.

Fig.5 – Música Recente

Ano	jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
2012	33,2	35,2	33,2	34,3	35,5	36,2	37,3	34,1	37,8	37,9	42	39,2
2013	36,5	42,6	37,2	36,9	37	35,7	38,6	33,3	35	37	39	39,1
2014	40,1	39,2	37,9	40,3	41,3	40,6	38	41	38,1	40,9	38,4	36,8
2015	37	38,1	37,4	39,7	45,2	46,9	46	40,3	44,1	44,4	44,2	40,7
2016	40,9	44,7	48,2	47	45,9	45,7	50,8	57,4	53,3	52,7	50,8	51,9

No que respeita aos resultados da música recente, verifica-se que de acordo com os elementos rececionados, a quota mínima de 35 % de música recente tem vindo a ser cumprida, com valores no segundo semestre quase sempre acima dos 50 %, e por isso superiores aos encontrados em 2015 nomeadamente no mês de agosto, onde se registou o valor mais alto de 57,4 %.

Apenas no ano 2012 foi possível obter a compilação anual dos dados referentes à obrigação de música recente, atendendo não só à alteração legislativa ocorrida nesse ano, que facilitou a recolha de informação pela ERC e sua disponibilização ao público, mas também pelas alterações ocorridas no Portal Rádio que flexibilizaram a inserção da informação.

## 3. ANTENA 3

O terceiro serviço de programas de rádio da RTP - *Antena 3* – não encontra na Lei da Rádio nenhuma disposição específica tal como acontece para a *Antena 1*, apenas o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, na Cláusula 16.ª, alínea b), passou a incluir desde 2015 a obrigação, nos termos do artigo 41.º, n.º1, da Lei da Rádio, da difusão da quota mínima de 50 %.

Apresenta-se, desta forma, os apuramentos da quota de música portuguesa, da subquota de 60 % preenchida com temas compostos ou interpretados em língua portuguesa, por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia e da quota de 35 % de música recente.

### 3.1 APURAMENTO DO CUMPRIMENTO DA OBRIGAÇÃO DE DIFUSÃO DE 25 % DE MÚSICA PORTUGUESA NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

Procede-se, neste ponto do relatório, à verificação da obrigação de difusão de 25 % de música portuguesa nas 24 horas de emissão (cfr. artigo 41.º Lei da Rádio).

**Fig.6 - Difusão de música portuguesa (valores em %)**

Período horário de emissão	jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
24 horas	52,3	50,3	50,6	52,6	52,6	52,5	53,2	53,3	52,9	50,7	51	51,5
7h00m às 20h00m	52,1	50,5	50,4	52,5	52,4	52,3	53,2	53,4	52,9	51,2	51,6	52

A *Antena 3*, tanto no período das 24 horas de emissão como no período diário de maior audiência apresenta valores de difusão de música portuguesa acima dos 50%, e regista o no último mês do ano 51,5% e 52% de produções musicais, dentro dos respetivos horários.

**Fig.7 - Evolução comparativa 2008-2016 (valores em %)**

Ano	24 Horas				Das 7H às 20H			
	Média 1º semestre	Média 2º semestre	Média 1º semestre	Média 2º semestre	Média 1º semestre	Média 2º semestre	Média 1º semestre	Média 2º semestre
2008	43	-	41,6	-	62,8	-	65,3	-
2009	42,2	↓	41,1	↓	67,3	↑	64,5	↓
2010	41,6	↓	40,7	↓	68,6	↑	68	↑
2011	40,5	↓	44,7	↑	62,3	↓	66,5	↓
2012	46	↑	57,6	↑	61,2	↓	55,6	↓
2013	60,5	↑	59,4	↑	53,1	↓	57,8	↑
2014	59,7	↓	59,7	↑	59,2	↑	59,2	↑
2015	60,4	↑	54,3	↓	46,8	↓	55,7	↓
2016	51,8	↓	52,1	↓	51,7	↑	52,4	↓

Conforme demonstram os dados apresentados, no que respeita a valores comparativos semestrais no histórico anual, assinala-se no 1.º semestre de 2016, no período das 24 horas de emissão, um decréscimo de 8,6p.p. e 2,2p.p., reportando ao mesmo período do ano transato. No que atende ao período das 7 às 20 horas, observa-se no primeiro semestre uma subida de 4,9p.p., ocorrendo no segundo semestre a situação inversa, num decréscimo de 3,3% face ao mesmo período do ano 2015.

### 3.2 EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 60 % DE MÚSICA COMPOSTA OU INTERPRETADA EM LÍNGUA PORTUGUESA POR CIDADÃOS DOS ESTADOS-MEMBROS DA UNIÃO EUROPEIA

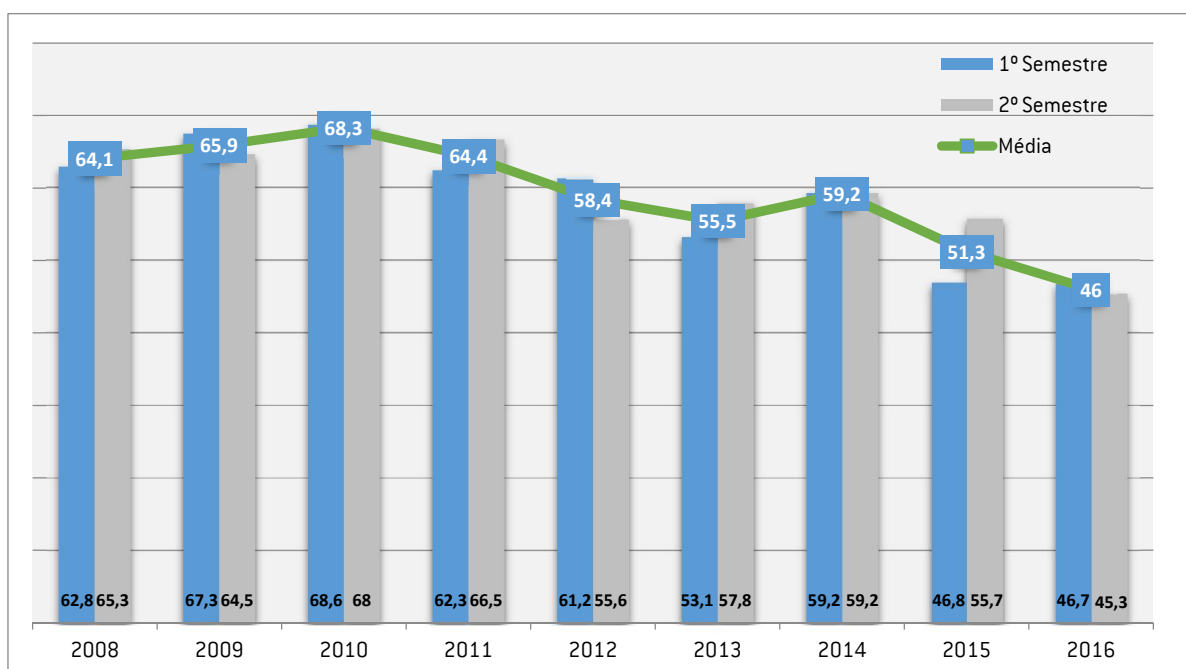
O terceiro serviço de programas da concessionária de serviço público obedece da mesma forma à obrigação de difusão de preenchimento da quota de 25% de música portuguesa com, pelo menos, 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa (cf. artigo 43.º).

**Fig.8 - Apuramento do cumprimento da subquota de 60% entre as 7 e as 20 horas (valores em %)**

Período horário de emissão	jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
24 horas	48,8	45,9	44,9	47,1	49,1	45,3	44,5	46,5	46,3	45,3	45,3	45,2
7h00m às 20h00m	48,7	45,8	44,9	46,7	49,1	44,7	44,9	46,3	45,9	45,1	45	44,7

No que respeita à subquota em análise, observa-se um desvio da quota mínima expeável, situação que resulta da elevada percentagem de música portuguesa (enquadráveis na quota mínima de 25%) difundida neste serviço de programas.

**Fig.9 - Evolução comparativa 2008-2016 (valores em %)**



Atendendo aos apuramentos das médias semestrais da análise comparativa anual, no período de maior audiência, constata-se, em 2016, um decréscimo de 5,3p.p. face ao ano anterior.

Quanto aos desvios registados na quota mínima de 60 %, importa clarificar que os serviços de programas que ultrapassam largamente a quota mínima, prevista no art.º 41.º n.º1 da Lei da Rádio, estão sujeitos a um esforço suplementar não imputável a outros no patamar mínimo dos 25 %, ao que, reduzindo o operador a emissão de música portuguesa, asseguraria o cumprimento da quota mínima de 60 %. Acresce que a *Antena 3* tem uma grande difusão de temas de música portuguesa com intérpretes e bandas nacionais, grande parte interpretados em inglês. Todavia, para a subquota de 60 %, só são contabilizados os títulos interpretados em língua portuguesa, o que influi necessariamente nos valores observados. Da mesma forma, a difusão de programas musicais, de autor, ou de programas musicais em bloco, não reportados à ERC, poderá ter impactos negativos nos valores apurados via aplicação automática.

### 3.3 EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 35 % DE TEMAS CUJA PRIMEIRA EDIÇÃO FONOGRAFICA OU COMUNICAÇÃO PÚBLICA TENHA SIDO EFETUADA NOS ÚLTIMOS 12 MESES

O serviço de programas *Antena 3* está, da mesma forma, obrigado ao respeito pelo estabelecido no artigo 44.º da Lei da Rádio, que determina que a quota de 25 % deverá ser preenchida com, pelo menos, 35 % de temas cuja primeira edição ou divulgação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses.

**Fig.10 – Música Recente (valores em %)**

Ano	jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
2012	69,3	74,1	77,8	74,3	76,5	74,7	71,1	71	70,5	68,5	67,6	70,7
2013	68,5	65,5	67,3	70,7	72,4	77,4	78,1	79,8	80,4	79,3	77,6	77,1
2014	79,6	80,7	82,8	84,4	84	84,5	79,6	80,7	82,8	84,4	84	84,5
2015	78,4	78,1	75,8	74,9	75,1	77	79,7	80,1	81,9	87,2	86,9	85,7
2016	80,3	80,4	81,9	82,3	81,6	81,2	77,7	84,4	83,3	82,1	81,9	81,3

Conforme demonstram os dados da figura 10, contabilizaram-se ao longo do ano de 2016 percentagens elevadas de música recente dentro da programação musical difundida. Estes valores mantiveram-se, quase sempre acima dos 80%, exceto no mês de julho em que foi apurada a quota de 77,7%, valor ainda assim bastante satisfatório, atendendo a que a quota mínima estabelecida se impõe em 35%.

Para este apuramento são contabilizados todos os temas considerados para a quota de 25 % de música portuguesa, ainda que interpretados noutros idiomas, ao que se constata, atendendo aos apuramentos registados, que foi suficiente a produção musical enquadrável na linha musical e editorial desta rádio.

## TELEVISÃO

### PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO – RTP1, RTP2, SIC, TVI E RTP3 (2016)

#### I. NOTA INTRODUTÓRIA

Neste capítulo do relatório, intitulado “Pluralismo e Diversidade nos Serviços de Programas Televisivos – Análise da Programação – RTP1, RTP2, SIC, TVI e RTP3 (2016)”, pretende-se analisar a programação televisiva exibida em 2016 pelos quatro serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre e o temático informativo do operador público de televisão, que a partir de 1 de dezembro passou a integrar a oferta da TDT.

As grelhas de programação da *RTP1*, da *RTP2*, da *SIC*, da *TVI* e da *RTP3* são apreciadas na sua totalidade, desde 1 de janeiro a 31 de dezembro, com o objetivo de avaliar o modo como cada um concretiza os princípios do *pluralismo* e da *diversidade* na sua oferta anual, tendo em vista o relacionamento que os serviços de programas em causa pretendem estabelecer com os diferentes públicos televisivos.

A análise da programação televisiva parte do entendimento de que a *diversidade* da oferta de conteúdos constitui uma das dimensões de *pluralismo* – entendido em sentido lato, enquanto representação de um vasto conjunto de valores, opiniões e pontos de vista, de informações e de conteúdos, representando os múltiplos interesses sociais, políticos, culturais, económicos, etc.<sup>1</sup>.

São abrangidos todos os programas que se apresentam nas grelhas de emissão como elementos autónomos, identificados por um genérico inicial e um genérico final próprios que os distingue dos restantes espaços de programação<sup>2</sup>, assim como de outros elementos de antena, que ficam excluídos da análise realizada neste capítulo. Entre esses outros elementos de antena encontram-se os espaços publicitários, as tele vendas, as autopromoções, os indicativos de estação, os separadores, entre outros de igual natureza.

A análise tem como linhas estruturantes as obrigações de programação estabelecidas na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais e Pedido (genericamente referida como Lei da Televisão). Para os serviços de programas generalistas da RTP e o seu temático informativo, também se atende ao estipulado no Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão (CCSPRT), de 6 de março de 2015.

No caso da SIC e da TVI, a análise conjuga-se com os respetivos cadernos de encargos das licenças de difusão, cujas avaliações foram tornadas públicas nas Deliberações 1-L/2006, de 20 de junho (Renovação das licenças para o exercício da atividade televisiva dos operadores SIC e

---

<sup>1</sup> A noção base de pluralismo dos *media* tem vindo a ser desenvolvida ao nível da União Europeia na definição das políticas para a Sociedade da Informação e os *Media*. Constitui, por exemplo, a definição de partida do *Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – towards a Risk-Based Approach*, divulgado no âmbito dos trabalhos da Task Force for Co-ordination of Media Affairs, onde se desenvolve uma proposta de análise holística do pluralismo dos *media* nos Estados-membros (cf., por exemplo, Commission Staff Working Document – Media Pluralism in the Member States of the European Union, SEC, 2007).

<sup>2</sup> A LTSAP define programa como «um conjunto de imagens em movimento, com ou sem som, que constitui uma parte autónoma da grelha de programação de um serviço de programas televisivo ou de um catálogo de um serviço audiovisual a pedido» (cf. artigo 2.º, número 1, alínea q)).

*TVI*), 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro (Renovação da licença para o exercício da atividade televisiva do operador televisivo *TVI*), 1/LIC-TV/2012, de 30 de outubro (1.ª avaliação intercalar da licença da *SIC*, artigos 23.º e 97.º, n.º 3, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido) e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro (1.ª avaliação intercalar da licença da *TVI*, artigos 23.º e 97.º, n.º 3, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido).

A *diversidade* é aferida, em primeira linha, pela identificação dos *géneros televisivos* a que correspondem os conteúdos programáticos selecionados pelas direções de conteúdos – programas e informação – para integrar as grelhas de emissão diárias dos serviços de programas contemplados.

A operacionalização deste propósito segue o modelo adotado anteriormente, com a aplicação dos conceitos de *género televisivo* – subdividido em *macrogéneros* e *géneros* – e de *função* da programação a todos os conteúdos exibidos em 2016.

A análise incide na frequência de exibição desses géneros televisivos ao longo do ano e na sua duração. Recorre-se ao primeiro indicador sempre que pertinente, mas privilegia-se o segundo, pelo facto de o número de exibições nem sempre espelhar o peso relativo que determinado *género televisivo* ou *função* podem assumir, de facto, num alinhamento diário de emissão. Contudo, sempre que a avaliação incida numa norma quantificada na legislação aplicada ao setor, a leitura terá necessariamente de recorrer no indicador de frequência.

## II. RESUMO DOS RESULTADOS

Em 2016, cada serviço de programas exibiu o seguinte número total de programas:

- > RTP1: 8329
- > RTP2: 23260
- > RTP3: 13731
- > SIC: 6754
- > TVI: 6063

A estes programas correspondeu o seguinte volume horário:

- > RTP1: 7142h09m41s
- > RTP2: 8504h42m40s
- > RTP3: 8270h16m46s
- > SIC: 6041h41m46s
- > TVI: 6748h09m34s

Ainda que repartida por serviço de programas, a análise de 2016 compreende um universo de 58137 programas e de 36707 horas de emissão conjunta. Subtraindo os valores do temático informativo do serviço público de televisão – *RTP3* –, os quatro generalistas atingem as 44406 emissões, para um total de 28436h43m41s de emissão.

Entre estes, a *RTP2* permanece como o serviço de programas que oferece mais conteúdos aos seus públicos (acima dos 20 mil programas), com repercussão ao nível das horas de emissão (mais de 8500 horas de programas). Segue-se a *RTP1* (7142 horas e 8329 edições), e a *SIC* em número de programas (6754 programas com 6041h41m46s), e a *TVI* em volume horário (6063 programas com 6748h09m34s).

### QUANTO À RTP1:

Em 2016, a *RTP1* exibiu 8329 programas, perfazendo um total de sete mil e cento quarenta e duas horas de emissão televisiva anual (7142h09m41s).

Destacaram-se fortemente os conteúdos de *entretenimento*, logo seguidos pelos conteúdos *informativos* e de *ficção*. O *macrogénero informativo* é o que apresenta maior duração total [32,7 %] seguido dos programas de *entretenimento* perfizeram 2276:51:46 [31,9 %].

Os programas *infantis/juvenis* apresentam um total de 157h37m20s de emissão (2,2 %) e 711 edições.

Na análise por géneros, sobressai que os *magazines informativos* prevalecem nas opções da *RTP1*, ocupando 17,5 % das horas anuais de programação [1246h29m47s].

A *RTP1*, de um modo geral cumpre as obrigações de diversidade que lhe são impostas, dado que nas suas grelhas anuais de programação contemplam conteúdos pertencentes aos sete *macrogéneros* em análise, subdivididos em 33 *géneros televisivos* de entre os 39 considerados. Como é usual em anos anteriores, as grelhas de emissão da *RTP1* continuam, assim, a concentrar-se em torno de três grandes categorias – *entretenimento, informação e ficção*.

Como em 2015, o programa “Portugal em Direto” manteve-se na programação da *RTP1* em 2016, dedicando-se ao território nacional, embora de uma perspetiva informativa. O programa tem contribuído para a noção de coesão nacional que a concessionária de serviço público de televisão deve cumprir e permitindo a visibilidade de protagonistas e de temas que se encontram afastados dos serviços noticiosos de horário nobre.

A *RTP1* continuou também a exibir o “Portugueses pelo Mundo”, um programa que acompanha cidadãos nacionais emigrados nas mais diversas partes do globo, documentando os seus estilos de vida, integração e as realidades dos muitos destinos de acolhimento.

A programação da *RTP1* exhibe também este ano as quatro *funções* estabelecidas, embora se verifique, à semelhança dos anos anteriores, que o domínio da função *entreter* é bastante acentuado (58 % da duração dos programas). Segue-se a função *informar*, que engloba mais de um terço do tempo de emissão (39,6 %) e, por fim, com presença residual, as funções *promover/divulgar* (1,3 %) e *formar* (1 %).

A *RTP1* emitiu este ano 1187 programas durante o horário nobre, repartidos por 19 categorias de *género*, num total de cerca de 968 horas de emissão. Os três géneros mais significativos em termos de carga horária (curso/jogo; serviços noticiosos; e transmissão desportiva) perfazem cerca de três quartos (68,4 %) da duração total dos programas exibidos nesse espaço de programação.

O *serviço noticioso* diário “Telejornal” continua a ser a grande aposta para o horário nobre (20h-23h), com um total de 286h48m28s, equivalendo a cerca de um terço da duração dos programas exibidos durante esse período (29,6 %).

Como é usual, também neste ano de 2016, as funções *entreter* e *informar* somam a quase totalidade do tempo de emissão (99,9 %).

No que respeita ao conjunto de obrigações específicas relativamente aos programas *informativos* pela Lei da Televisão e pelo CCSPRT que se dirigem, não só aos formatos e géneros apresentados, mas também aos conteúdos a transmitir e à sua regularidade, verifica-se que [o]s *informativos* representam 32,7 % do tempo de emissão da *RTP1* em 2016, um valor relativamente maior ao do ano anterior. Os 2141 programas registados nesta categoria perfazem cerca de um quarto (25,7 %) dos que foram emitidos no primeiro canal de serviço público de televisão.



Como em anos anteriores, a *RTP1* exibiu os *magazines informativos* diários “Bom Dia Portugal” e “Portugal em Direto”, e ainda os *serviços noticiosos* “Jornal da Tarde” e “Telejornal”, assegurando deste modo as exigências de emissão de «espaços regulares diários em que sejam noticiados e devidamente contextualizados os principais acontecimentos nacionais e internacionais».

Por sua vez, o programa semanal “Prós e Contras” mantém-se como o suporte da *RTP1* na concretização do estabelecido no CCSVRT no que respeita à emissão de «espaços regulares de debate, com intervenção de personalidades representativas da vida política e social portuguesa».

Para além das imposições genéricas de difusão de determinados conteúdos informativos, o CCSVRT pormenoriza a frequência mínima com que a *RTP1* deve exibir noticiários, colocando a fasquia na emissão de três edições diárias.

No caso de se considerar unicamente os *serviços noticiosos* – “Jornal da Tarde”, “Telejornal”, e “Manchetes 3”, com 973 edições em 2016 –, a *RTP1* aproxima-se de cumprir o exigido, embora ainda não alcance os 1095 programas noticiários. Se a noção de *noticiário* é alargada aos *magazines informativos* – “Bom Dia Portugal”, com 366 edições, e “Portugal em Direto”, com 247 –, a cifra diária de “espaços noticiosos” supera os valores impostos pelo CCSVRT.

No que respeita aos programas de *debate* e *entrevista* a regularidade exigida passa para semanal. Embora o número de entrevistas tenham caído levemente em relação ao ano anterior, verifica-se um elevado aumento de programas no formato *debate*. Em a *RTP1* exibiu 176 debates e 51 entrevistas.

O CCSVRT estabelece como mensal a regularidade para os programas de grande entrevista. Na programação da *RTP1*, com 45 edições em 2016, o programa “Grande Entrevista” aproxima-se dessa referida exigência.

Analisada a grelha de programação de 2016 da *RTP1*, verifica-se que os programas *infantis/juvenis* são apenas os segundos menos expressivos, registando no global 711 edições exibidas e perto de 158 horas de emissão.

Em 2016, o campo da cultura e do conhecimento contabilizou 386 horas de programação na *RTP1*, com a emissão de 828 programas. Estes elementos de programação devem responder às exigências do CCSVRT para o primeiro serviço de programas do operador de serviço público de televisão.

A programação de cultura e conhecimento da *RTP1* continua a ser preenchida por *documentários*, com 131h44m03s, ocupando cerca de um terço das horas de emissão da categoria (34,1%), seguindo-se os programas de *humanidades* (23%), e os *espetáculos* (17%). O CCSVRT indica ainda que a *RTP1* deve apresentar regularmente o que define como grandes espetáculos culturais ou artísticos, em direto ou diferido, como óperas, concertos, peças teatrais, bailados ou outras artes performativas e espaços regulares dedicados à música portuguesa. Em 2016, a *RTP1* exibiu 35 espetáculos.

A *RTP1* exibiu ainda um conjunto de obras documentais subordinadas a temáticas variadas, tais como o documentário “DOC”, sendo, neste ano, o grande impulsionador do *género*, com 50 edições em análise.

No que respeita à programação de 2016 da *RTP1*, os conteúdos que contribuíram para a promoção da diversidade cultural e interesses de grupos minoritários foram: 15 edições do “Consigo”, nove edições dos desenhos animados educativos “Paula” (incluídas no contentor infantil/juvenil “Zig Zag”), três edições do programa “Salvador: Podias Ser Tu” e as edições únicas do “Vivo em Portugal” e da “Missa Especial - Peregrinação Internacional do Migrante”.

Em relação ao ano anterior, verifica-se uma diminuição de dez programas, correspondente a um decréscimo de 37 horas para as cerca de 12 horas referidas.

Este decréscimo, confirma a tendência de declínio da presença de programas de promoção da diversidade cultural e interesses de grupos minoritários na *RTP1*.

#### QUANTO À RTP2:

A *RTP2* é o serviço de programas generalista português de acesso não condicionado livre com o maior número de horas de emissão, liderando também o panorama nacional no que toca a número de programas oferecidos. Em 2016 regista 8504h42m40s de emissão, resultantes da exibição de 23260 programas.

Nas grelhas de emissão o destaque horário cabe aos *infantis/juvenis* (32,1 %), *informativos* (25,5 %), aos e aos *culturais/conhecimento* (20,5 %), que agregados totalizam mais de quatro quintos (78,1%) da duração global de emissão da *RTP2*.

Em complemento à *RTP1*, e contrastando com as opções programáticas dos operadores privados, na *RTP2* tem uma escassa oferta de conteúdos de *entretenimento*<sup>3</sup>, que representam somente meio ponto percentual das horas totais da programação de 2016.

Dos 39 géneros que esta análise prevê, a programação da *RTP2* distribui-se por 29 géneros, sendo este um valor indicativo da diversidade de conteúdos por que se pauta este serviço de programas.

Os *desenhos animados* são o primeiro género de programas tanto em número de emissões 8909 (38,3 %), como em volume horário, com 1591h45m26s (18,7 %) de duração. Verifica-se uma inversão de posições, ainda que com margens reduzidas, já que o lugar cimeiro, em termos de volume horário, era antes ocupado pelos *serviços noticiosos*.

A uma curta distância do primeiro, o *serviço noticioso* é o segundo género com maior extensão horária na emissão da *RTP2*, somando 1587h11m52s (18,7 %) de duração anual, o que representa uma quebra absoluta e relativa face aos valores assinalados em 2015. Foram apresentados 1228 programas deste género (5,3 % do total).

A forte aposta da *RTP2* nos espaços de programação para os públicos infanto-juvenis é reforçada pela posição no quadro do género *educativo infantil/juvenil*, que em termos de volume horário ocupa a quarta posição na tabela (7,0 %, com 596h19m40s) e em número de programas surge em segundo lugar.

A análise da diversidade da programação também passa pela apreciação da *função* principal dos programas. Analisando os resultados do ano, conclui-se que na extensão horária dos seus programas a *RTP2* corresponde sobretudo às funções *informar* (46,8 %) e *entreter* (41,0 %).

---

<sup>3</sup> Excluem-se da categoria *entretenimento* todos os programas que, embora tenham como *função* primordial *entreter*, se enquadrem em outros dos *macrogéneros* considerados na presente análise.

A vertente *formar* é a terceira mais valorizada (9,4 % do tempo de programas). Cerca de 56 % das horas de emissão da RTP2 têm como propósito *informar* ou *formar* os públicos, contribuindo para o cumprimento dos requisitos impostos pelo CCSPR. No entanto, face aos 65 % registados em 2015, é de notar a quebra na importância relativa do conjunto destas funções, na mesma proporção em que aumentou a percentagem de horas associadas à função *entreter*.

O *horário nobre*, compreendido entre as 20h e as 23h, é tido como aquele em que os serviços de programas televisivos abrangem um maior e mais diversificado universo de espectadores. Na RTP2, o horário nobre contemplou 25 géneros televisivos, num total de 3060 programas, correspondentes a 990h23m39s de emissão. *Séries* (30,1 %) e *serviços noticiosos* (22,1 %) são os que mais se destacam neste intervalo horário, perfazendo mais de metade do total de horas de programas exibidos no horário nobre. De 2015 para 2016, decaiu neste horário a presença dos documentários (que este ano representam apenas 7,0 % dos conteúdos emitidos neste período do dia, uma quebra de dez pontos percentuais face ao ano anterior).

Em número de programas, a *informação cultural* (14,8 %), as *séries* (14,7 %) e os *desenhos animados* (13,2 %) foram, em 2016, líderes neste horário. Abaixo destes três figuram os *serviços noticiosos* (11,8 %) e os serviços de *boletim meteorológico* (11,5 %).

As funções mais relevantes no *horário nobre* da RTP2 são *entreter* (47,6 %) e *informar* (45,1 %). Em 2016, a função *entreter* suplantou a função *informar*, que em anos anteriores ocupava mais de metade do tempo de programas exibidos.

Os *serviços noticiosos* lideram a programação informativa,<sup>4</sup> com 73,1 % das horas de emissão dos *informativos* asseguradas pelos programas “Euronews”, “Jornal 2” e “Repórter África” que totalizaram, em 2016, 1587h11m52s. O género *magazine informativo* surge na segunda posição, em tempo total de emissão, representando um quinto (20,4 %) dos programas informativos. Em termos de número de programas, este género é só ultrapassado pelo boletim meteorológico – cuja importância é, porém, marginal em termos de volume horário.

A *noite/madrugada* (23h00-05h59m) mantém-se como o período horário em que os conteúdos informativos têm maior expressão, com mais de 1275 horas de emissão (47,8 %), sobretudo devido à presença de *serviços noticiosos*.

Foi já acima referida a importância dos programas infantis/juvenis, em particular os géneros *desenhos animados* e *educativos infantis/juvenis*. A programação *infantil/juvenil* somou 2731h06m17s (32,1 %) do tempo de todos os conteúdos programáticos exibidos pela RTP2, ou seja, quase um terço do total de horas de programação emitidas, superando mesmo os programas *informativos* que ocuparam o primeiro lugar até 2015.

Por via do CCSPR, a RTP2 está obrigada a oferecer diariamente programas educativos e de entretenimento para este público-alvo, contribuindo para a sua formação. Os espaços “Zig Zag”, de exibição diária, e “Desalinhado”, com exibição de segunda a sexta-feira, continuam a fazer parte das opções de programação, na RTP2, orientados para segmentos distintos do público infantil/juvenil. O espaço “Desalinho” apresenta conteúdos mais orientados para os espectadores mais velhos de entre os mais jovens (até aos 18 anos).

---

<sup>4</sup> Os programas de informação sobre temas de cultura integram o macrogénero *cultural/conhecimento*, assim como os de atualidade desportiva estão integrados no macrogénero *desportivos*.

A função predominante nos conteúdos dirigidos aos espectadores mais jovens é *entreter*, com 2067h31m14s (75,7 %). *Formar* corresponde a cerca de um quinto do tempo de emissão dos programas infantis/juvenis (21,8 %).

A cultura e o conhecimento também tiveram lugar de destaque nas grelhas de emissão da RTP2. Em 2016, o canal difundiu 4165 programas classificados no macrogénero *cultural/conhecimento*, correspondentes a 1747h30m37s de emissão anual, distribuída por sete géneros.

Analisando o tempo total de emissão, os *documentários* são o género mais expressivo, com 522h32m33s (29,9 %); no seu encaço vêm os programas de *artes e media* (21,5 %) e de *humanidades* (20,6 %).

Quanto à frequência de exibição, os programas de *informação cultural* são os mais valorizados, com 1488 unidades (35,7 %), sobretudo devido à exibição do programa “Folha de Sala”. Contudo, em termos de duração, a importância relativa deste género de programas é drasticamente inferior (7,1 %), surgindo na sexta e penúltima posição, acima dos educativos.

*Informar* lidera claramente as funções dos programas culturais/conhecimento, tanto em duração total, com 1363h30m18s (78 % das horas de emissão de programas de cultura e conhecimento), como em número de programas, com 3618 programas (86,9 %).

Em 2016, a RTP2 mantém-se na dianteira como serviço de programas generalistas de acesso não condicionado livre com mais conteúdos vocacionados para os grupos minoritários e a promoção da diversidade social e cultural, com 632 exibições, o equivalente a 381h23m37s de emissão, distribuídos por sete géneros de programas: *religioso, serviço noticioso, documentário, humanidades, espetáculo, institucional e outro (infantil/juvenil)*.

Relativamente a 2015, e em contraponto à *RTP1*, os valores da *RTP2* sobem, quer em exibições quer em horas de emissão, indicando a transferência deste tipo de conteúdos na o segundo serviço de programas do operador público.

Os espaços dedicados a confissões religiosas são os mais destacados. “A Fé dos Homens” e “Caminhos” são os dois títulos de continuidade na programação do segundo canal do serviço público – o primeiro com 261 edições e 134h40m08s; o segundo com 52 edições e 21h53m20s. “Repórter África” é outro dos conteúdos que responde às exigências de diversidade social e cultural na programação da *RTP2*, com 261 edições deste *serviço noticioso* em 2016 e 113h07m56s de emissão ao ano.

#### QUANTO À SIC:

No ano de 2016, a *SIC* exibiu 6754 programas sujeitos à presente análise, num total de 6041h41m46s de emissão.

Das sete categorias de programas exibidas pela *SIC*, a grande parcela do volume horário concentra-se em três categorias: *ficção* (37,9%), *entretenimento* (27,3%) e *informativo* (23,3%), que perfaz 88,5% do tempo de emissão de 2016.

Dos restantes 11,5%, a maior fatia de tempo pertence aos programas *infantis/juvenis* (8,8 %). As três categorias que sobram são bastante diminutas: *culturais/conhecimento, desportivos e institucionais/religiosos*.

Da análise detalhada da programação da SIC identificam-se 26 *gêneros* televisivos (dois indefinidos), menos um do que em 2015 (o *debate*, mas que era já insignificante, com apenas uma edição).

Em volume de horas de emissão, destaca-se o predomínio repartido de três *gêneros* com valores de emissão muito parecidos: *telenovela* (23,2%), *talk show* (22,8%) e *serviço noticioso* (22,1%). Em conjunto, correspondem a mais de dois terços do total de horas de programação (68,1 %). Os cerca de 30 por cento restantes do tempo de emissão de 2016 distribuem-se pelos outros 23 *gêneros* encontrados nas grelhas de programação da SIC. Desse conjunto de *gêneros*, os *filmes/telefilmes* são os mais influentes (7,6%); os de *artes e media* os menos (0,004%).

O cruzamento de *gêneros* e *funções* permite uma visão mais ampla da diversidade da programação de 2016 da SIC. Analisando todos os conteúdos programáticos, verifica-se que a função *entretener* ronda os três quartos do tempo total de emissão (74,3 %). *Informar*, com um quarto da duração (25,2 %), é a segunda *função* a emanar dos conteúdos que a SIC oferece aos seus públicos.

*Formar* intervém por via das 127 edições de programas educativos dirigidos crianças e jovens, que somaram 28h19m16s de emissão ao longo do ano (0,5%). A função com uma duração mais residual é *promover/divulgar* (0,1 %), que marca presença através das treze edições do “Tempo de Antena” dedicadas à campanha eleitoral para a Presidência da República.

Em 2016, a SIC exibiu um total de 1036 programas dentro dos limites horários do período nobre de programação televisiva, traduzidos em mais de 834 horas e meia de emissão, distribuídas por 12 *gêneros* televisivos distintos.

O *serviço noticioso*, *gênero* totalmente preenchido pelo “Jornal da Noite”, equivale a mais de metade da duração dos programas desta faixa horária nobre (53%). A *telenovela* é o segundo *gênero*, com 38,3 % da duração total de programas exibidos entre as 20h e as 22h59. Estes dois *gêneros* arrecadam mais de nove horas em cada dez da programação do horário nobre. Quando 2,1% corresponde ao peso relativo da duração do terceiro *gênero* desta faixa horária – programas de *humor* –, percebe-se o impacto das categorias dominantes.

Na globalidade da programação de 2016, os *gêneros informativos* representam quase um quarto do tempo total de emissão e um quinto do número de programas. São 1393 programas a que correspondem 1408h41m09s de emissão, repartidas por quatro *gêneros* de programação, denotando-se a ausência de *debates* e *entrevistas* regulares e independentes dos blocos noticiosos diários, o que frustra uma das condições de emissão assumidas pela SIC.

Ainda que a programação informativa da SIC tenha abrangido quatro *gêneros* de programas, há uma hegemonia evidente dos *serviços noticiosos*, com 94,6 % do volume horário anual desta categoria. O tempo restante dos informativos distribui-se por *magazines* (4,1 %), *edições especiais* (0,9 %) e *reportagens* (0,4 %).

A distribuição geral dos informativos pelos diferentes períodos horários, confirma a primazia dos noticiários em todas as faixas horárias, com exceção da *noite/madrugada*, em que o *gênero* está ausente e o destaque cabe aos *magazines* de informação.

Não obstante o peso dos *serviços noticiosos* no quadro da sua programação anual, a SIC não atinge uma segunda meta relativa aos informativos, designadamente, a de emitir um mínimo de três blocos noticiosos diários. As 981 edições de “Edição da Manhã”, “Primeiro Jornal” e “Jornal da Noite” de 2016 dão uma média de 2,7 noticiários/dia. Estes valores resultam da substituição

de um bloco informativo da hora de almoço e de um da noite por edições especiais de informação por ocasião do Euro 2016 e das eleições presidenciais de 2016, respetivamente. Por outro lado, “Edição da Manhã” não tem transmissão aos fins de semana, o que afeta necessariamente a média diária dos noticiários, baixando-a para duas edições/dia.

Em 2016, a SIC contemplou nas suas grelhas de emissão 534h12m de conteúdos *infantis/juvenis*, menos de um décimo (8,8 %) da sua programação total. Trata-se de uma redução de quase 110 horas comparativamente a 2015. A SIC manteve a diversidade dos géneros do ano anterior: *desenho animado*, *ficção infantil/juvenil*, *telenovela infantil/juvenil*, *educativo infantil/juvenil* e *outros infantis/juvenis*. Os *desenhos animados* (42,2%) e a *ficção infantil/juvenil* (37,5%) são as grandes apostas da SIC para os mais novos.

Em 2016, *entreter* é a função quase exclusiva (94,7 %) das 534 horas de programas *infantis/juvenis*, detetando-se ainda a presença das funções *formar* (5,3%) e *informar* (0,02%). A propósito destes conteúdos específicos, a SIC tem como obrigação a sua emissão diária de manhã ou à tarde. Os dados apontam para a concentração dos *infantis/juvenis* no período da *manhã* (87,5 % da duração e 96,1% dos programas exibidos). Também revelam que a SIC exibiu conteúdos para os mais novos ao longo de todos os sábados e domingos do calendário de 2016, em contraste com o que se passa durante a semana, em que as grelhas de emissão são praticamente desprovidas de conteúdos infanto-juvenis.

Deste modo, em 2016, a SIC não conta com a emissão diária, no período da manhã ou no da tarde, de programas dirigidos ao público infanto-juvenil, como seria expectável dado ser pré-requisito estabelecido no seu licenciamento.

A categoria de programação *cultural/conhecimento* contempla 122h28m47s de emissão e 166 programas do universo dos conteúdos anuais da SIC. Continua a observar-se o domínio do *documentário*, que concentra seis horas em cada dez emitidas pertencentes a esta categoria (60,9 %).

Os programas de *informação cultural* são o segundo género (24,5 %) nas grelhas de programas *culturais/conhecimento* de 2016. Seguem-se os *espetáculo* (14,3 %) e *artes e media*, com um peso muito diminuto (0,2%).

A programação dedicada aos temas da cultura e do conhecimento valoriza a função *informar* (85,7%). Há ainda oito *espetáculos* que cumprem a função *entreter* (14,3 %).

Em 2016, o período privilegiado de emissão de programas de *cultura/conhecimento* foi o *fim de semana* (87,8%), em particular durante as manhãs. Durante a semana, estes programas concentram-se quase exclusivamente nas noites/madrugadas.

Atendendo ao número de programas classificados na categoria dos *culturais/conhecimento*, num total de 166 exibições em 152 dos 366 dias de 2016 (ano bissexto), o cenário relativo a este tipo de opção programática não é muito animador.

Relativamente à programação destinada à promoção da diversidade cultural, em 2016, manteve-se no ar o *magazine informativo* semanal “Etnias”, com exibição aos sábados, cerca das 06h00. O programa teve 53 apresentações em antena e somou 30h48m42s de emissão anual, para uma média de 35 minutos por edição.

#### QUANTO À TVI:

A TVI exibiu 6063 programas em 2016, correspondendo a um universo de 6748h09m34s de emissão.

O tempo de emissão da TVI divide-se, sobretudo, por três grandes categorias de géneros televisivos: *entretenimento* (39,1%), *ficção* (25,9%) e *informativos* (24,1%).

Todos os quatro géneros menos representados têm menos de um décimo da duração total dos programas de 2016, com o menor peso horário a caber aos *culturais/conhecimento* (0,7%). Os *desportivos* arrolam um por cento da duração, os *institucionais/religiosos* 1,4% e os *infantis/juvenis* 7,9%.

Em número de programas, os *infantis/juvenis* ganham relevância, aproximando-se do valor alcançado pelos *informativos* (respetivamente 15,9% e 17,8%).

A diversificação da programação é um requisito fundamental dos serviços de programas generalistas. Na TVI, a análise de 2016 permitiu identificados 26 géneros televisivos.

A *telenovela* é o género com a maior carga horária, ocupando um quinto das horas anuais de programação. Os *talk shows* são a segunda categoria mais relevante, ligeiramente abaixo da primeira (18,2%). *Serviços noticiosos* (12,6%) e *magazines informativos* (11,3%) são as duas categorias seguintes de programas. A soma destes quatro géneros ultrapassa os três quintos do tempo de emissão anual da TVI (62,1%).

A TVI apresenta clivagens na distribuição das *funções* cumpridas pelos programas que exhibe, com um ascendente muito forte da função *entretener* sobre as restantes. Com efeito, perto de três quartos (73,7%) das horas de emissão da TVI visam o entretenimento dos públicos. A função *informar* é a segunda mais presente, arrecadando um quarto da duração total da emissão. O tempo remanescente cumpre a função *promover/divulgar* (1,3%). Regista-se o desaparecimento da função *formar* como objetivo principal dos conteúdos veiculados pela TVI. Em anos anteriores já se assinalara a baixa representação da função, com valores na casa de um a dois pontos percentuais.

A grandeza da função *entretener* é adquirida principalmente pela exibição de *telenovelas* (27,2%) e de *talk-shows* (24,7%), que agregam mais de metade do tempo associado a esta função. *Informar* cumpre-se essencialmente através dos *serviços noticiosos* (50,4%) e dos *magazines informativos* (45,1%).

*Promover/divulgar* concretiza-se quase exclusivamente (95,5%) através dos programas religiosos. Uma das obrigações específicas da TVI é exatamente a transmissão semanal da Missa Dominical. Em 2016, foram para o ar 89 programas de cariz religioso, incluindo 51 celebrações da eucaristia dominical e outras missas em ocasiões especiais e efemérides da Igreja Católica.

No horário nobre, compreendido entre as 20h00 e as 23h00, a TVI exibiu 14 géneros de programação televisiva, num total de 971 exibições que superaram as 850 horas de duração.

Durante este horário específico, os três géneros mais relevantes na emissão da TVI foram: *serviços noticiosos* (49,8%), *telenovelas* (34,4%) e *concursos/jogos* (5,9%). A soma de apenas dois géneros representa mais de quatro quintos da duração dos programas exibidos naquele horário (84,3%), traduzindo uma concentração da oferta de horário nobre nos noticiários e

telenovelas, com prejuízo da diversidade. O terceiro género com maior duração fica bastante abaixo dos dois primeiros.

No horário nobre da TVI, são apenas duas as funções da programação, com uma distribuição muito próxima entre si: *entretêr* (48,5%) e *informar* (51,5%).

A análise específica dos géneros *informativos* da TVI mostra que, em 2016, esta área de programação é assegurada fundamentalmente por dois géneros televisivos: *serviços noticiosos* (52,4%) e *magazines informativos* (47%).

No horário nobre assiste-se a presença de quatro géneros *informativos*. Há uma prevalência inquestionável dos *serviços noticiosos* (98% da duração total), mas regista-se a presença de nove *edições especiais*, das duas *reportagens* de 2016, assim como do único programa autónomo de *entrevista*.

Ao nível da informação, a TVI assumiu dois compromissos específicos: ter um mínimo de três blocos noticiosos diários e programas de debate e entrevista, com uma periodicidade não inferior a semanal, e autónomos em relação àqueles blocos noticiosos diários.

Quando se considera apenas os programas classificados como *serviços noticiosos* – 366 edições do “Jornal da Uma”, 365 edições do “Jornal das 8” e duas edições de “Notícias” - regista-se um número diário insuficiente deste tipo de conteúdos, já que a frequência mínima do género não chega às três edições por dia.

Quando se alarga o conceito de “bloco noticioso” aos *magazines informativos* sobre a atualidade – 260 edições do “Diário da Manhã” –, o rácio sobe para 2,7 programas noticiosos diários. Apesar do incremento, globalmente, a TVI não assegura esta obrigação contratual específica. Todavia, constata-se que o magazine diário e os dois serviços informativos fazem parte das grelhas de emissão da TVI de segunda a sexta-feira, com a desconformidade a acontecer aos fins de semana.

No que concerne aos programas de *debate* e de *entrevista*, em 2016, a TVI não garantiu a sua presença semanal nas grelhas de emissão num registo autónomo dos blocos noticiosos diários. Durante o ano apenas foi exibida uma entrevista fora desses espaços de informação. Contrariamente ao assumido, a opção do operador continuou a ser a de integrar estes géneros nos blocos de notícias.

Regista-se, ainda assim a presença pontual de oito *edições especiais* nas grelhas de 2016 da TVI, que durante 08h37m58s se destinaram a debater e a analisar temas prementes da atualidade, como as eventuais sanções europeias a Portugal, o Brexit e as suas implicações para o futuro da Europa, o sismo em Itália, assim como as eleições presidenciais nacionais e a respetiva tomada de posse.

A programação *infantil/juvenil* também recebe um olhar mais atento. Em 2016, assistiu-se a um incremento na frequência e nas horas de emissão da programação dirigida aos públicos mais jovens, numa inflexão do que se registara em 2015. O género supera até os valores de 2013 e 2014, um biénio em que se assistira a uma certa estabilização das horas de emissão deste tipo de conteúdos. Não obstante, em 2016, houve um recuo do número de subcategorias de género. Em 2016, os infantis/juvenis correspondem a 532h55m36s de emissão anual, concretizadas através da exibição de 965 programas.

A *ficção infantil/juvenil* representa sensivelmente metade do tempo total dos conteúdos da TVI para os públicos mais novos (46,6%), com 248 horas de emissão. O segundo lugar cabe aos



*desenhos animados* (34,6%), seguindo-se as *telenovelas infantis/juvenis* (18,9%). As características próprias destes géneros fazem os *desenhos animados* ascender à primeira posição quando o indicador de medida é o número de exibições (50,3%).

Os *educativos infantis/juvenis* deixaram de estar representados nas grelhas de emissão da TVI, o que fez desaparecer a função *formar* da programação para as camadas mais jovens. Assim se percebe que as mais de 532 horas de programação *infantil/juvenil* de 2016 se concentram em exclusivo na função *entreter*.

De acordo com o estipulado, a programação da TVI deve incluir, diariamente, programas dirigidos ao público infantil/juvenil, no período da manhã ou da tarde. Os dados evidenciam que mais de oito em cada dez horas dos conteúdos orientados para estes públicos foram para o ar no período da manhã (83,8%).

Da confrontação dos dados de 2016 com a imposição da TVI de apresentar programas infanto-juvenis com uma periodicidade diária, nos períodos da manhã ou da tarde, conclui-se que este propósito não foi atingido no ano em análise. É certo que a TVI apresenta programas infantis/juvenis de manhã e de tarde, como estabelece a sua licença de emissão, mas está longe de o fazer com uma cadência diária, na medida em que só conta com este tipo de conteúdos em 195 dias, pouco mais de metade daqueles que perfazem o ano de 2016.

A distribuição das horas de programação *infantil/juvenil* por períodos semanais apresenta uma notória assimetria entre fins de semana (87,3%) e dias de semana (12,7%). Nos dias de descanso semanal as manhãs são o período mais apelativo para a exibição de conteúdos para os mais novos, sobretudo para séries de ficção e desenhos animados; durante a semana privilegiam-se as tardes, com a exibição do género *telenovela infantil/juvenil*.

Enquanto operador licenciado para o exercício da atividade televisiva, a TVI deve ter uma programação diversificada, providenciando a emissão regular de conteúdos culturais e formativos, como obras de criação documental, teatral, cinematográfica ou musical, depois das 23 horas, mas em horário de audiência não reduzida.

Em 2016, foram contabilizadas 47h17m37s de programas *culturais/conhecimento*, resultantes da exibição de 54 programas classificados em dois géneros televisivos: *artes e media* (92,1%) e *espetáculos* (7,9%).

Através das 52 edições semanais programa “Autores”, *artes e media* foi o género visivelmente predominante nos conteúdos culturais da TVI, num contexto desprovido deste tipo específico de conteúdos. Consequentemente, *informar* surge como a função principal associada a esta categoria de programas. Os dois espetáculos exibidos em 2016 dão corpo à função *entreter*.

A noite/madrugada foi o período horário eleito para a exibição destes conteúdos, em média a partir da 1h30, e acontecendo sobretudo durante os dias semana.

A TVI mantém assim uma diversidade muito reduzida de conteúdos de índole cultural e formativa.

No que se refere à programação destinada especificamente a grupos minoritários representados na sociedade portuguesa, a TVI manteve a sua grelha anual inalterada, exibindo semanalmente o *magazine informativo* “Todos Iguais”, à segunda-feira, pelas 06h00, superando ligeiramente as 27 horas de total anual.

#### QUANTO À RTP3:

Em 2016, a RTP3 emitiu 13731 programas, correspondentes a 8270h16m46s. Pela orientação informativa do canal, os conteúdos *informativos* continuam a ser uma fatia muito saliente da programação, com 8613 programas emitidos (67,8%) e 6200 horas de emissão, que representam três quartos do total de horas de emissão (75,5%) deste serviço de programas.

Quebrando a tendência registada em anos anteriores, surgem em segundo lugar os programas *culturais/conhecimento*, tanto em volume horário como em número de programas. A duração média de cada edição foi de aproximadamente 17 minutos, constante face ao ano anterior.

O *macrogénero desportivo* desceu de segundo para terceiro lugar, tanto em número de edições como em volume horário. Os *desportivos* apresentam uma duração média de 48 minutos por programa.

Por dia, verificou-se em média um tempo de exibição aproximado de 2h41m de programas *culturais/conhecimento* e de 2h19m de programas *desportivos*.

Os programas de *entretenimento* ocupam pouco espaço na grelha da RTP3, apenas 2,3% do tempo total de emissão e 3,8% do total de programas exibidos, valores compreensíveis num serviço de programas temático de informação.

A presença dos programas de cariz institucional/religioso continua marginal, sendo assegurada por um único programa do qual se registaram nove edições: “Terra Justa”.

Os *serviços noticiosos* continuam, assim, a ser o *género* mais destacado na programação da RTP3 (43 % do tempo total de emissão), com uma importância relativa próxima da registada em 2015. O tempo médio diário de emissão destes programas ronda as 9 horas e 42 minutos.

Os *magazines informativos* foram novamente o segundo *género* mais relevante, em termos de duração (17,9%), ainda que a grande distância do primeiro, com uma média diária de 04h02m. Em ano de eleições presidenciais, o terceiro *género* mais expressivo em 2016 em termos de volume horário total foi o *debate* (em 2015 o lugar era ocupado pelo *comentário desportivo*), com 9,8%.

Os três *géneros* prevaletentes – *serviço noticioso*, *magazine informativo* e *debate* – representam mais de 70% da duração total dos programas exibidos em 2016.

Em todos os períodos horários, os *géneros informativos* lideram, com grande margem, a hierarquia de *macrogéneros*, com uma presença menos esmagadora nos períodos de horário nobre e noite/madrugada, sendo o período da *manhã* (das 06h00 às 12h59m59s) aquele em que os *informativos* registam maior peso relativo (87,2%) e, assim, mais se distanciando dos restantes *macrogéneros*.

Devido à natureza informativa deste serviço de programas, justifica-se que 96,4% do total de horas de emissão estejam associadas à função *informar*. Para este valor contribuem todos os programas com função *informar*, independentemente do *género* em que se enquadram.

Em contrapartida, a presença em antena de conteúdos com função dominante entreter, formar e promover/divulgar continua a ser muito diminuta.

### III. RESULTADOS APURADOS

#### 1. Diversidade de géneros – RTP1, RTP2, SIC e TVI

##### **RTP1, RTP2, SIC e TVI**

- Consideram-se “generalistas” os serviços de programas televisivos que apresentem uma **programação diversificada** e dirigida à **globalidade do público**<sup>5</sup>;
- Constituem fins da atividade de televisão, consoante a natureza, a temática e a área de cobertura dos serviços de programas televisivos disponibilizados: Contribuir para a **informação, formação e entretenimento** do público<sup>6</sup>;
- Constituem, nomeadamente, obrigações gerais de todos os operadores de televisão que explorem serviços de programas televisivos generalistas, de cobertura nacional: Assegurar, **incluindo nos horários de maior audiência, a difusão de uma programação diversificada e plural**<sup>7</sup>.

Os pontos destacados na entrada do capítulo enformam a análise da *diversidade de géneros*, que pretende apreciar as especificidades de programação de cada um dos serviços de programas generalistas nacionais contemplados no relatório – *RTP1, RTP2, SIC e TVI* –, de modo a obter uma visão geral da amplitude e do pluralismo das suas grelhas de emissão durante 2016.

Os *géneros televisivos* identificados nas grelhas, seja no plano das grandes categorias adotadas (*macrogéneros*), seja das suas subcategorias (*géneros*), são tomados como indicadores dessa exigência de diversidade, privilegiando-se a duração dos programas, mas fazendo-se menção à frequência de exibição sempre que relevante.

#### **RTP1**

- O serviço de programas generalista de âmbito nacional dirigido ao grande público deve, atendendo às **realidades territoriais e aos diferentes grupos constitutivos da sociedade portuguesa**, conceder especial relevo: à **informação**; ao **entretenimento** de qualidade e de expressão originária portuguesa; à transmissão de carácter cultural; à **sensibilização dos telespectadores para os direitos e deveres enquanto cidadãos**<sup>8</sup>;
- Assegura a cobertura de manifestações que constituam **fator de identidade ou formas de representação nacional, designadamente eventos de natureza institucional, cívica, social, cultural e desportiva**<sup>9</sup>;
- Visa o grande público, pelo que deve incluir **programas de entretenimento**, dando especial relevo a **formatos diferenciadores** face os serviços comerciais existentes no mercado, cujos padrões de criatividade, acessibilidade, responsabilidade ética, **respeito pela dignidade humana** e pelas **minorias** possam assumir-se como elementos reguladores da programação de televisão generalista<sup>10</sup>;
- Espaços de **entretenimento** que promovam a **integração das gerações e grupos sociais**, favoreçam o **contacto entre cidadãos residentes nas diferentes regiões do território nacional** e

<sup>5</sup> Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho), artigo 8.º, n.º 2.

<sup>6</sup> Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho), artigo 9.º, n.º 1, alínea a).

<sup>7</sup> Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho), artigo 34.º, n.º 2, alínea a).

<sup>8</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, Cláusula 9.ª, n.º 1, alíneas a) a d).

<sup>9</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, Cláusula 9.ª, n.º 2.

<sup>10</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, Cláusula 9.ª, n.º 7, alíneas a) a c).

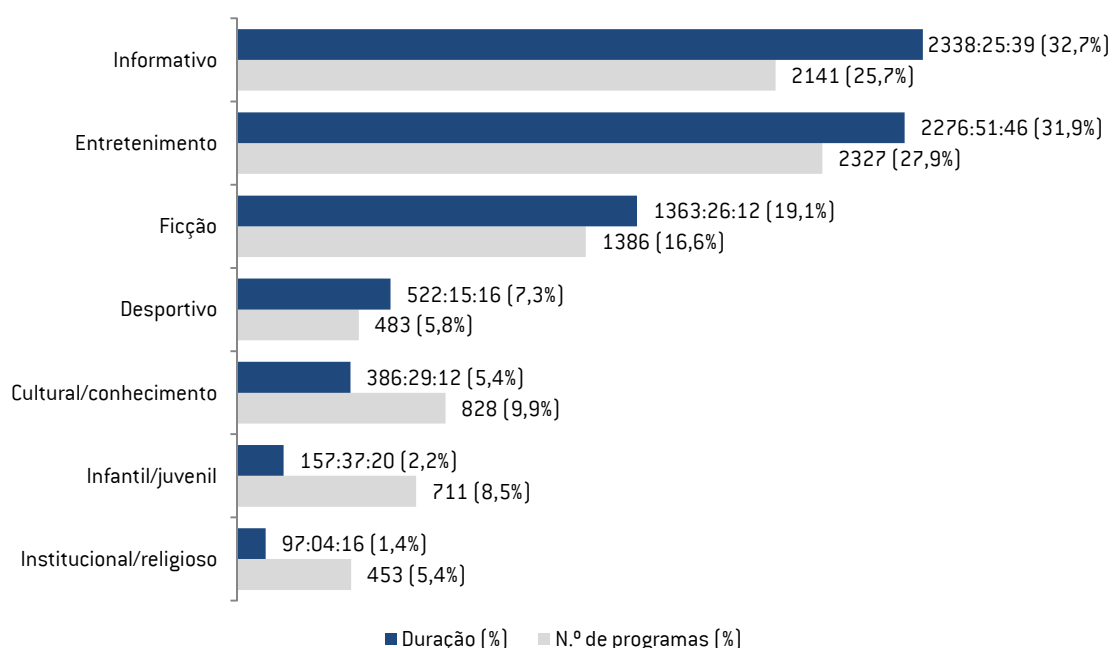
entre eles e as **comunidades residentes no estrangeiro** e **valorizem a língua e a cultura portuguesas** e a coesão nacional<sup>11</sup>;

- Espaços de **entretenimento** com **preocupação formativa** que contribuam para a **promoção da cultura geral** e da **abertura ao conhecimento**<sup>12</sup>.

Em 2016, as grelhas de programação da *RTP1* totalizaram 8329 programas, perfazendo um total de 7142h09m41s de emissão televisiva anual.

Na figura abaixo é possível verificar a distribuição das duas variáveis de análise consideradas no presente relatório – *número* e *duração* de programas – pelas grandes categorias de géneros televisivos adotadas.

**Fig. 1** Frequência e duração de *macrogéneros* televisivos na *RTP1* (2016)



N=7142h09m41s (n.º total de horas de emissão); N=8329 (n.º total de programas)

Este ano, à semelhança de anos anteriores, as grelhas de emissão da *RTP1* incluem os sete *macrogéneros* considerados na análise, destacando-se fortemente os conteúdos de *entretenimento*, logo seguidos pelos conteúdos *informativos* e de *ficção*.

No que respeita à duração dos conteúdos programáticos difundidos, constata-se que em 2016 o *macrogénero informativo* é o que apresenta maior duração total.

Por sua vez, os programas os *informativos* registaram 2338h25m39s (32,7 %), os programas de *entretenimento* perfizeram 2276:51:46 (31,9 %) e a *ficção* 1363h26m12s (19,1 %).

Assim, cerca de 8/10 da duração total dos programas exibidos ao longo do ano corresponde às três categorias indicadas. No que respeita ao número de programas emitidos, os três *macrogéneros* são também os mais numerosos nas grelhas do primeiro canal da RTP, seguindo

<sup>11</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, Cláusula 9.ª, n.º 8, alínea a).

<sup>12</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, Cláusula 9.ª, n.º 8, alínea b).

a mesma ordem, embora percentualmente o seu peso decresça ligeiramente (70,3 %), totalizando 5854 programas dos 8329 exibidos durante todo o ano.

Pelo contrário, os quatro *macrogéneros* restantes – *cultural/conhecimento*, *desportivo*, *institucional/religioso* e *infantil/juvenis* – são os menos representados na programação da RTP1.

Embora os programas *institucionais/religiosos* apresentem-se como a frequência menos expressiva, com apenas 453 edições, este número é mais elevado do que o ano de 2015. O mesmo acontece com os programas desportivos que também apresentam em 2016 uma elevação na sua frequência, passando de 240 edições para 483. Este aumento é verificado também na duração de horas dedicadas ao desporto. Em 2015 foram dedicadas pouco mais de 103 horas, enquanto em 2016 este valor aumenta para 522 horas. Deve-se considerar este aumento devido a realização das Olimpíadas no Brasil, bem como o campeonato europeu de futebol, acontecimentos desportivos que fazem parte do conjunto daqueles que, em 2016, foram qualificados de interesse generalizado do público.

Os programas *infantis/juvenis* apresentam um total de 157h37m20s de emissão (2,2 %) e 711 edições.

No que diz respeito ao tempo de emissão, dentro das *macrocategorias* de género menos expressivas nas grelhas de emissão da RTP1, destacam-se os *institucionais/religiosos*, com apenas 1,4 % da variável, seguidos dos *infantis/juvenis* (2,2 %) e, embora com o maior número de programas de entre os menos expressivos, o género *cultural/conhecimento* é um dos que apresentam menor tempo de duração com apenas 5,4% do total de horas emitidas.

A figura que se segue ilustra a programação da RTP1 segundo as categorias mais finas de géneros televisivos que se adotam na presente análise. Em 2016, de um total de 39 categorias, a RTP1 apresentou programas que se inscrevem em 33 dessas categorias.

**Fig. 2** Frequência e duração de géneros televisivos na programação da RTP1 (2016)

RTP1				
Género	Duração		Programas	
	hh:mm:ss	%	n	%
Serviço noticioso	800:46:50	11,2	973	11,7
Reportagem	48:30:46	0,7	79	0,9
Debate	148:36:06	2,1	176	2,1
Entrevista	40:29:41	0,6	51	0,6
Comentário	19:27:30	0,3	25	0,3
Edição especial	34:04:59	0,5	23	0,3
Magazine informativo	<b>1246:29:47</b>	<b>17,5</b>	814	9,8
Informação desportiva	113:15:18	1,6	211	2,5
Transmissão desportiva	339:21:56	4,8	158	1,9
Resumo desportivo	69:38:02	1,0	114	1,4
Filme/telefilme	490:37:19	6,9	281	3,4
Série	460:04:17	6,4	647	7,8
Telenovela	412:44:36	5,8	458	5,5
Desenho animado	60:21:46	0,8	320	3,8
Ficção infantil/juvenil	4:22:48	0,1	3	0,0
Educativo infantil/juvenil	55:50:29	0,8	255	3,1
Espaço contentor	26:03:12	0,4	105	1,3
Outro (infantil/juvenil)	10:59:05	0,2	28	0,3

Concurso/jogo	476:35:30	6,7	<b>988</b>	<b>11,9</b>
Variedades	400:28:41	5,6	141	1,7
Talk show	1157:38:50	16,2	724	8,7
Humor	83:56:50	1,2	134	1,6
Infotainment	133:49:06	1,9	311	3,7
Outro (entretenimento)	24:22:49	0,3	29	0,3
Artes e <i>média</i>	12:27:28	0,2	32	0,4
Humanidades	88:42:41	1,2	312	3,7
Ciência	14:29:15	0,2	31	0,4
Documentário	131:44:03	1,8	165	2,0
Espetáculo	65:38:04	0,9	35	0,4
Educativo	11:39:08	0,2	86	1,0
Informação cultural	61:48:33	0,9	167	2,0
Institucional	32:35:00	0,5	391	4,7
Religioso	64:29:16	0,9	62	0,7
<b>Total</b>	<b>7142:09:41</b>	<b>100,0</b>	<b>8329</b>	<b>100,0</b>

Sobressai, assim, que os *magazines informativos* prevalecem nas opções da *RTP1*, ocupando 17,5 % das horas anuais de programação (1246h29m47s).

Com mais de mil horas de emissão anual (1157h38m50s), os *talk show* destacam-se na segunda posição (16,2 %), seguidos dos *serviços noticiosos*, com 800h46m50s (11,2 %). No total, os três géneros ocupam 44,9 % das horas anuais de programação.

No que respeita à duração dos programas, verifica-se que 23 categorias não alcançam, individualmente, mais de dois pontos percentuais do tempo de emissão, sendo que, com 0,1 %, a ficção *infantil/juvenil* é o género com menor duração. Na sua totalidade, as referidas 23 categorias de *géneros televisivos* perfazem 16,9 % do tempo anual de programação da *RTP1*.

Com presença residual em termos de duração e exibições, destacam-se os géneros *institucional/religioso* e os géneros vocacionados para os públicos mais novos.

Assim, verifica-se que, de um modo geral, em 2016, a *RTP1* cumpre as obrigações de diversidade que lhe são impostas pelos normativos destacados no início do subcapítulo, nomeadamente por se verificar que as suas grelhas anuais de programação contemplam conteúdos pertencentes aos sete *macrogéneros* em análise, subdivididos em 33 *géneros televisivos* de entre os 39 considerados.

O género *entretenimento* manteve o seu peso relativo na programação de 2016, perfazendo um terço das horas de emissão dos programas (31,9%).

À semelhança de anos anteriores, as grelhas de emissão da *RTP1* continuam, assim, a polarizar-se em torno de três grandes categorias – *entretenimento, informação e ficção*.

Em matéria de diversidade recai especificamente sobre a *RTP1* a obrigação de apresentar conteúdos que atendam às diferentes realidades do território, que cubram manifestações que constituam fator de identidade ou formas de representação nacional institucional, cívica, social, cultural e desportiva.

Embora a *RTP1* tenha suprimido da sua programação no ano de 2016 o programa “Verão Total”, ainda assim manteve o “Aqui Portugal”, classificado como variedades, fazendo por cumprir o requisito da diversidade. Através do programa, a *RTP* percorreu o país de norte a sul a pretexto

de acontecimentos locais como feiras, festas populares, romarias e outras, dando a conhecer as particularidades do território nacional.

Como em 2015, o programa “Portugal em Direto” manteve-se na programação da RTP1 em 2016, dedicando-se ao território nacional, embora de uma perspetiva informativa. O programa tem contribuído para a noção de coesão nacional que a concessionária de serviço público de televisão deve cumprir e permitindo a visibilidade de protagonistas e de temas que se encontram afastados dos serviços noticiosos de horário nobre.

A RTP1 continuou a exibir o “Portugueses pelo Mundo”, um programa que acompanha cidadãos nacionais emigrados nas mais diversas partes do globo, documentando os seus estilos de vida, integração e as realidades dos muitos destinos de acolhimento.

O requisito de uma programação de vocação familiar, com a componente de cultura geral requerida ao primeiro canal do serviço público, é cumprido através de programas como os concursos “Sabe ou não Sabe” ou “The Big Picture” (programas de *entretenimento*).

## RTP2

- Serviço de programas generalista distribuído em simultâneo em todo o território nacional com uma programação de **forte componente cultural e formativa e aberto à sociedade civil**<sup>13</sup>;
- Assegurar de forma coerente uma **programação cultural de qualidade e distinta** dos demais serviços de programas televisivos de serviço público<sup>14</sup>;
- Constituir como uma **alternativa à oferta da RTP1, bem como às ofertas de programação cultural do mercado**, difundindo **conteúdos audiovisuais que confirmam visibilidade a temas, causas e ideias com interesse para segmentos diversificados do público** e que desta forma constituam um meio complementar de cumprimento da vocação universal do serviço público<sup>15</sup>;
- Conceder particular relevo na sua programação ao **princípio da inovação, privilegiando a criatividade, a originalidade e o sentido crítico**<sup>16</sup>;
- **Valorizar a educação, a ciência, a investigação, a saúde, a ação social, a igualdade de género, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar, as confissões religiosas, o ambiente e a defesa do consumidor**, entre outros, com **abertura à participação das entidades correspondentes** na sua programação<sup>17</sup>;
- Assegurar espaços de **informação diários** que, de modo contextualizado e aprofundado, desenvolvam o tratamento de matérias da **atualidade nacional, regional e internacional**, nomeadamente **culturais**<sup>18</sup>;
- Incluir **espaços educativos** e de **entretenimento** diários, destinados ao **público infanto-juvenil** e que contribuam para a sua **formação**<sup>19</sup>.

Em 2016, a programação anual da RTP2 foi composta por 23260 unidades de programas, o correspondente a 8504h42m40s, um corpus de análise cuja dimensão não encontra paralelo nos restantes serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre.

<sup>13</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, Cláusula 7.ª, n.º 2, alínea b), com reforço na cláusula 10.ª, n.º 1, do mesmo diploma.

<sup>14</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 10.ª, n.º 2.

<sup>15</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 10.ª, n.º 3.

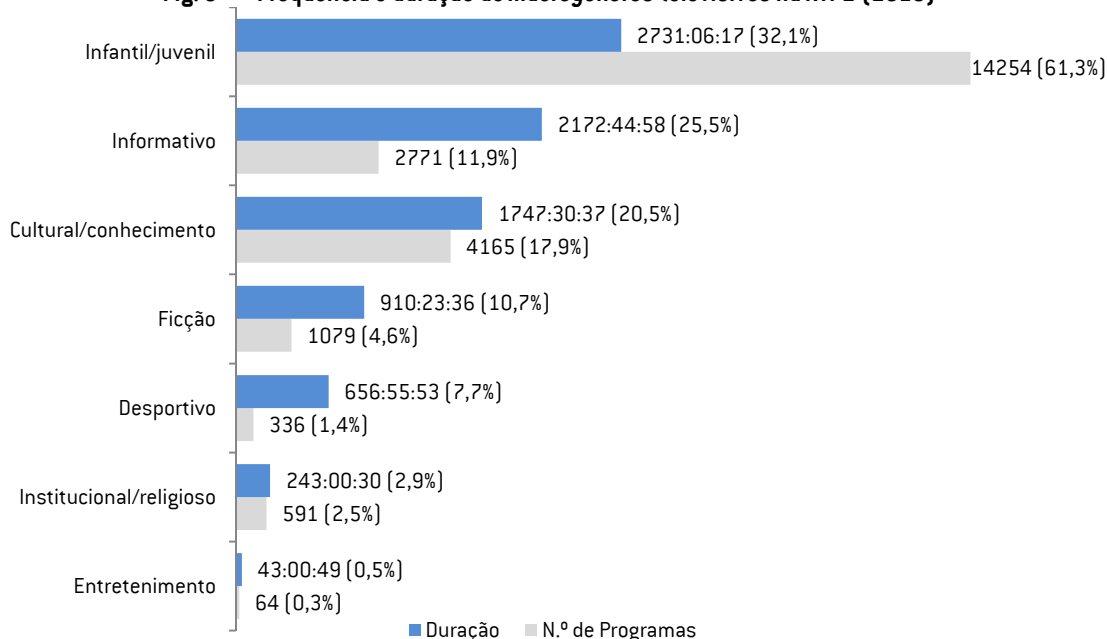
<sup>16</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 10.ª, n.º 4.

<sup>17</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 10.ª, n.º 5.

<sup>18</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 10.ª, n.º 8.

<sup>19</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 10.ª, n.º 10.

**Fig. 3** Freqüência e duração de *macrogéneros* televisivos na RTP2 (2016)



N = 8504h42m40s (n.º total de horas de emissão); N = 23260 (n.º total de programas)

Com algumas variações, consoante se analise o volume horário ou a frequência de programas, a programação da RTP2 voltou em 2016 a abarcar os sete *macrogéneros* previstos na presente análise.

A duração global dos programas faz sobressair os programas agrupados sob o *macrogénero infantil/juvenil*, que somaram 2731h06m17s (32,1 %), seguidos pelos programas do *macrogénero informativo*, que totalizaram 2172h44m58s de emissão anual (25,5 %). Se até 2016 os conteúdos *informativos* tinham a dianteira, em 2016 assistiu-se a uma inversão de posições, o que possivelmente está relacionado com a complementaridade assegurada pelo serviço de programas RTP3, temático de informação.

Em frequência de exibição a programação infantil/juvenil acentua a distância face à informação. As grelhas da RTP2 são caracterizadas pela profusão de conteúdos *infantis/juvenis*, (61,3 % de todos os programas exibidos em 2016).

Como marcas da oferta de conteúdos deste serviço de programas, a RTP2 assegura espaços de informação diários para tratamento de temas da atualidade regional, nacional e internacional, bem como dedica especial atenção aos segmentos mais jovens da população.

Os *culturais/conhecimento* apresentam-se como o terceiro género que mais ocupa as grelhas de emissão de 2016, com 1747h30m37s (20,5 %), mantendo um peso relativo muito próximo, em número de programas (17,9 %), que lhes concede a segunda posição neste indicador de medida. Os *informativos* ficam-se pelos 11,9 %, com a exibição de 2771 programas.

Retomando a análise na perspetiva da duração dos programas, a *ficção* aparece em 2016 na quarta posição, ligeiramente acima de dez pontos percentuais (10,7 %) e assim evidenciando um crescimento face ao ano anterior. Em valores absolutos, a RTP2 exibiu mais de 900 horas de *ficção*.



Em quinto lugar surgem os *desportivos* (7,7 %), com um crescimento muito ligeiro face a 2015 (6,3 %), com quase 657 horas de programas de desporto sobre várias modalidades – atletismo, ciclismo, futsal, ginástica artística, ténis, automobilismo, entre outros –, dando espaço à transmissão e informação desportiva sobre competições nacionais e internacionais, com especial destaque para os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro 2016 (que representaram mais de um quarto da duração total dos programas desportivos), para além do programa semanal “Desporto 2”, exibido ao sábado e ao domingo.

A RTP2 emite ainda programas de teor *institucional/religioso*, que na sua programação representam 243 horas de emissão (2,9 %), correspondentes a 591 exibições anuais (2,5 %).

Em 2016, a presença dos programas do género *entretenimento* volta a figurar na programação da RTP2 com valores residuais, registando apenas meio ponto percentual (tal como em 2015), correspondente a 43 horas e 64 exibições (0,3 %). Estes valores referem-se sobretudo a programas de *infotainment* (“Ingrediente Secreto”, “Chefs” e “Na Cozinha com Henrique Sá Pessoa”).

Afastando-se dos restantes serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, a RTP2 mantém a singularidade de exibir uma escassa paleta de conteúdos pertencentes ao *macrogénero entretenimento*, tal como definido na presente análise<sup>20</sup>. Esta opção materializa a obrigação de a RTP2 se constituir como «uma alternativa à oferta do primeiro serviço de programas generalista de âmbito nacional, bem como às ofertas de programação cultural do mercado».

**Fig. 4** Frequência e duração de géneros televisivos na programação da RTP2 (2016)

RTP2				
Género	Duração		Programas	
	hh:mm:ss	%	N	%
Serviço noticioso	1587:11:52	18,7	1228	5,3
Magazine informativo	443:55:30	5,2	471	2,0
Debate	44:11:13	0,5	78	0,3
Entrevista	49:53:22	0,6	73	0,3
Comentário	34:25:40	0,4	151	0,6
Boletim meteorológico	13:07:21	0,2	770	3,3
Informação desportiva	346:49:54	4,1	136	0,6
Resumo desportivo	7:45:05	0,1	21	0,1
Transmissão desportiva	302:20:54	3,6	179	0,8
Filme/telefilme	207:09:10	2,4	135	0,6
Série	703:14:26	8,3	944	4,1
<b>Desenho animado</b>	<b>1591:45:26</b>	<b>18,7</b>	<b>8909</b>	<b>38,3</b>
Concurso/jogo infantil/juvenil	5:30:10	0,1	8	0,0
Ficção infantil/juvenil	109:14:38	1,3	222	1,0
Educativo infantil/juvenil	596:19:40	7,0	3138	13,5
Informação infantil/juvenil	44:02:36	0,5	122	0,5

<sup>20</sup> Excluem-se da categoria de género *entretenimento* todos os programas que, embora tenham como função primordial *entretêr* os públicos, se enquadrem em outros *macrogéneros*, como os *culturais/conhecimento*, os *desportivos*, a *ficção* ou os *infantis/juvenis*. A vocação lúdica e de entretenimento associada aos conteúdos enquadrados nestas outras categorias de género é captada através da análise da *função*.

Espaço contendor	309:01:58	3,6	1248	5,4
Outro (infantil/juvenil)	75:11:49	0,9	607	2,6
Infotainment	23:45:01	0,3	50	0,2
Outro (entretenimento)	19:15:48	0,2	14	0,1
Artes e media	376:07:14	4,4	640	2,8
Humanidades	360:08:04	4,2	818	3,5
Ciência	162:06:45	1,9	340	1,5
Documentário	522:32:33	6,1	677	2,9
Espetáculo	181:29:23	2,1	118	0,5
Educativo	21:52:39	0,3	84	0,4
Informação cultural	123:13:59	1,4	1488	6,4
Institucional	64:49:29	0,8	226	1,0
Religioso	178:11:01	2,1	365	1,6
<b>Total</b>	<b>8504:42:40</b>	<b>100,0</b>	<b>23260</b>	<b>100,0</b>

A RTP2 contemplou 29 categorias de géneros nas suas grelhas de programas de 2016, sendo os *macrogéneros cultural/conhecimento, infantil/juvenil e informativo* aqueles em que, a exemplo de anos anteriores, se regista uma maior diversidade de subgéneros.

Os *desenhos animados* são o primeiro género, tanto em número de programas como em volume horário, com 1591h45m26s de duração (18,7 %) – em média, 4h21m de exibição por dia. Verifica-se uma inversão de posições, ainda que com margens reduzidas, já que o lugar cimeiro, em termos de volume horário, era antes ocupado pelos *serviços noticiosos*.

Em número de programas, os *desenhos animados* já superavam os noticiários em anos anteriores; essa distância acentuou-se em 2016, com as 8909 edições (38,3 %) deste género de programas a conferirem-lhe uma primeira posição destacada.

O *serviço noticioso* é o segundo género (18,7 %) com maior extensão horária na emissão da RTP2, somando 1587h11m52s de duração anual, o que representa uma quebra absoluta e relativa face aos valores assinalados em 2015, ano em que este género representou um quarto das horas de programação. A RTP2 exibiu por dia, em média, 4h20 de serviços noticiosos (menos do que as quase seis horas diárias registadas em 2015). Foram apresentados 1228 programas deste género (5,3 % do total).

Em termos de duração, as *séries* correspondem ao terceiro género mais constante na grelha da RTP2, em 2016, com 703h14m26s (8,3 %). Surge de seguida um outro género dirigido ao público infantil/juvenil, o dos programas *educativos* (7,0 %, com 596h19m40s).

Verifica-se assim que, nos quatro lugares cimeiros, dois são ocupados por programas *infantis/juvenis* que, somados, representam 25,7 % do total de horas emitidas pela RTP2, o que comprova a aposta da RTP2 na audiência mais jovem.

No fundo da tabela surgem os *resumos desportivos* e os programas de *concurso/jogo*, ambos com 0,1 % da duração total.

Como indicador da diversidade da programação da RTP2, assinala-se que 16 géneros tiveram, em média, mais de 20 minutos de emissão diária. Os restantes 13 géneros ficaram abaixo de 20 minutos.

Observando a frequência de programas, no topo da tabela estão, com mais de mil edições, os *desenhos animados*, os *educativos infantis/juvenis*, e ainda os programas de *informação cultural*, os *espaços contentor infantis/juvenis* e os *serviços noticiosos*. É possível a partir deste indicador deduzir que todos estes géneros tiveram presença mínima em antena (independentemente da duração) três vezes por dia.

Os programas “De acordo com o Acordo” e “Universidade Aberta” mantêm-se nas grelhas como programas da *RTP2* que visam dotar os cidadãos de saberes e conhecimentos, valorizando a educação. O programa “Voz do Cidadão”, da responsabilidade do Provedor do Espectador da RTP, constitui um espaço regular de sensibilização para a linguagem dos meios de comunicação social, promovendo a literacia e o sentido crítico, tal como é exigido genericamente ao serviço público no CCSPRT.

Os muitos exemplos de programas *educativos infantis/juvenis* incluídos na programação da *RTP2* confirmam a índole formativa deste serviço de programas.

Em 2016 não houve novos programas da Academia RTP mas mantiveram-se nas grelhas alguns dos conteúdos produzidos nesse âmbito em anos anteriores, com o cunho distintivo do experimentalismo, a criatividade, a originalidade e a inovação audiovisual. Exemplos desses programas são “Makers” ou “Do Père Lachaise a Silicon Valley”, que já haviam estreado em 2015. Ainda neste âmbito, mantêm-se na grelha o programa “Universidades” que representa, segundo informação da RTP, a «abertura da antena da *RTP2* ao experimentalismo do universo académico. Professores, alunos e áreas audiovisuais das universidades realizam os seus próprios programas de televisão» que são exibidos ao longo do ano.

A ciência, a investigação e o ambiente também têm espaço de divulgação na *RTP2* através de programas como “Biosfera”, “Sabia que...”, já existentes em anos anteriores, e de novos programas como “A Valsa dos Continentes” ou “A Vida nas Grandes Áreas Húmidas”, entre outros. É também esperado que a *RTP2* valorize temas como a saúde, a defesa do consumidor, a ação e a solidariedade social, as causas humanitárias, a igualdade de género. O magazine diário “Sociedade Civil” permanece na antena do segundo canal do operador público de televisão como um dos garantes de escrutínio destas temáticas, com cerca de 380 horas de emissão anual.

A diversidade de programas desenvolvidos por diferentes instituições responde à demanda de abertura da antena da *RTP2* à participação de entidades externas. “Consigo”, em parceria com o Instituto Nacional para a Reabilitação, “Mais Emprego, em parceria com o IEFP – Instituto de Emprego e Formação Profissional e “Faça Chuva Faça Sol”, com a AJAP - Associação dos Jovens Agricultores de Portugal, são disso exemplo.

Os programas “A Fé dos Homens”, “70x7” e “Caminhos” continuam a ser os espaços da responsabilidade das confissões religiosas.

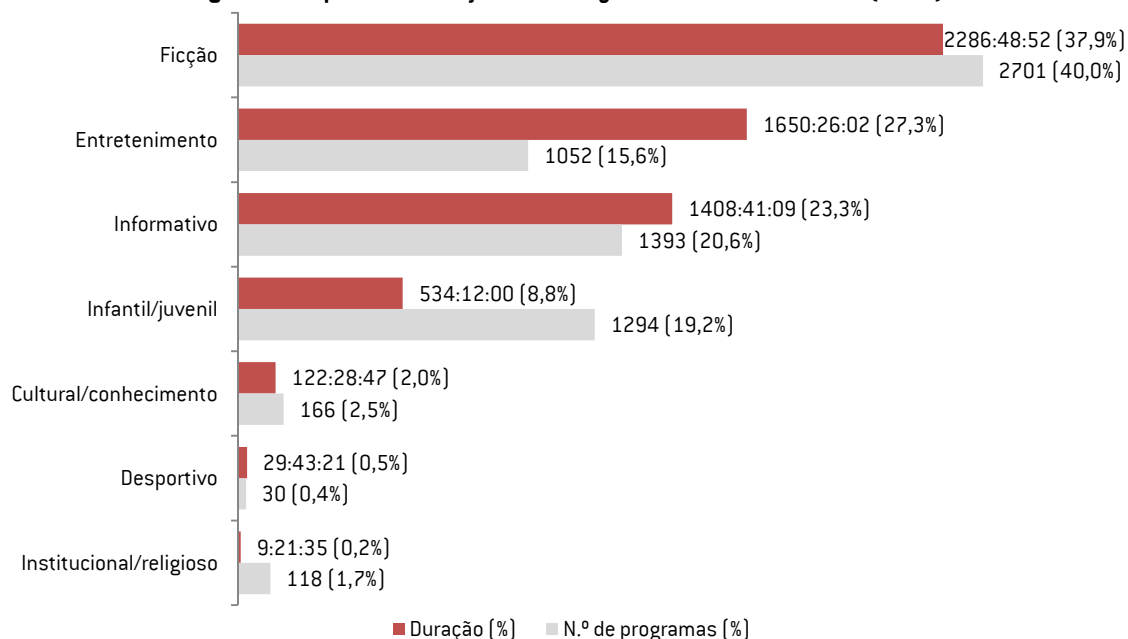
Os resultados apurados nesta análise da programação da *RTP2* permitem afirmar que, em continuidade com anos anteriores, este serviço de programas cumpre as obrigações gerais de diversidade e de pluralismo, verificando-se nas suas grelhas de emissão de 2016 a presença de conteúdos referentes aos sete *macrogéneros* contemplados na análise. Estes *macrogéneros*, quando desagregados, evidenciam a presença de 29 *géneros* televisivos, assim respondendo às obrigações específicas de programação.

## SIC

- Emitir uma programação generalista e diversificada, com oferta de **gêneros diversificados de programas dirigidos a vários públicos em diferentes faixas horárias**<sup>21</sup>;
- Emitir uma programação que contribua para a **formação e informação do público** [...], tendo em consideração as **necessidades especiais de certas categorias de espectadores**, entre as quais as **crianças e os jovens**<sup>22</sup>.

No ano de 2016 a SIC exibiu 6754 programas sujeitos à presente análise, num total de 6041h41m46s de emissão.

**Fig. 5** Frequência e duração de *macrogêneros* televisivos na SIC (2016)



N = 6041:41:46s (n.º total de horas de emissão de programas); N = 6754 (n.º total de programas)

A programação da SIC concentra o maior volume horário em três das sete categorias que apresenta em 2016: *ficção* (37,9%), *entretenimento* (27,3%) e *informativo* (23,3%). O conjunto destes *macrogêneros* cobre uma larga maioria (88,5%) do tempo de emissão do serviço de programas.

A *ficção* é a grande aposta da SIC, figurando com a maior amplitude horária das grelhas de emissão de 2016 e a maior frequência de exibição. Em duração, com cerca de 2300 horas de programas, a *ficção* abrange mais 10% do que a segunda categoria mais representada, o *entretenimento*, que reúne 1650 horas de emissão ao ano. No que respeita à frequência, a *ficção*, com 2701 exibições, duplica a diferença para a segunda categoria mais representada, que neste caso é a dos *informativos*, com 1393 exibições (40% e 20,6%, respetivamente).

As categorias *entretenimento* e *informativo* ocupam a segunda e terceira posições, mas a ordenação varia consoante o critério aplicado. Se em horas de emissão o *entretenimento* está

<sup>21</sup> Renovação das Licenças para o Exercício da Atividade Televisiva dos Operadores Televisivos SIC e TVI Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro, alínea d). Ver também Deliberações 1/LIC-TV/2012 e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro.

<sup>22</sup> Renovação das Licenças para o Exercício da Atividade Televisiva dos Operadores Televisivos SIC e TVI Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro, alínea f). Ver também Deliberações 1/LIC-TV/2012 e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro.

em superioridade face aos conteúdos *informativos*, a análise com base no número de programas mostra um cenário diferente, com a informação a apresentar valores superiores (20,6 %) aos do *entretenimento* (15,6 %). Logo, há mais programas de informação mas os de entretenimento são mais extensos.

Em número de programas, os *infantis/juvenis* intrometem-se na contagem dos mais representados, deixando o entretenimento na quarta posição.

Considerando a duração dos programas, a categoria dos *infantis/juvenis* surge isolada a meio da tabela, entre o grupo que reúne as categorias com maior duração total e o grupo das menos representadas.

Em 2016, os *infantis/juvenis* estiveram perto de alcançar as 535 horas de emissão (8,8 %), para um total de 1294 programas exibidos (19,2%), que dão a dita vantagem à categoria neste indicador. Ou seja, se em duração não chegam a alcançar um décimo do tempo dos programas – ainda assim bem acima da quarta categoria, a dos *culturais/conhecimento* (2%) –, em frequência de exibição os *infantis/juvenis* passam a fazer parte do grupo dos mais expressivos, ultrapassando o *entretenimento* (15,6%) e aproximando-se dos *informativos* (20,6%).

Estes dados contrastam com a reduzida expressão das restantes categorias, quer em duração quer em número de programas: *cultural/conhecimento*, *desportivo* (0,5 %) e *institucional/religioso* (0,2 %) –, cuja soma corresponde a menos de três pontos percentuais do tempo de emissão. Em número de programas, o peso relativo conjunto das categorias sobe para perto dos cinco pontos percentuais.

**Fig. 6** Frequência e duração de *géneros* televisivos na programação da SIC (2016)

SIC				
Género	Duração		Programas	
	hh:mm:ss	%	N	%
Serviço noticioso	1332:32:47	22,1	981	14,5
Edição especial	12:47:02	0,2	6	0,1
Reportagem	5:09:56	0,1	19	0,3
Magazine informativo	58:11:24	1,0	387	5,7
Transmissão desportiva	25:56:54	0,4	15	0,2
Resumo desportivo	3:46:27	0,1	15	0,2
Filme/telefilme	461:39:34	7,6	277	4,1
Série	423:08:28	7,0	564	8,4
Telenovela	<b>1402:00:50</b>	<b>23,2</b>	<b>1860</b>	<b>27,5</b>
Desenho animado	225:21:38	3,7	837	12,4
Ficção infantil/juvenil	200:31:10	3,3	238	3,5
Telenovela infantil/juvenil	68:50:18	1,1	65	1,0
Educativo infantil/juvenil	28:19:16	0,5	127	1,9
Outro (infantil/juvenil)	11:09:38	0,2	27	0,4
Concurso/jogo	71:29:15	1,2	43	0,6
Variedades	74:52:02	1,2	17	0,3
Talk show	1379:34:10	22,8	757	11,2
Reality show	3:45:53	0,1	2	0,03
Humor	18:54:26	0,3	32	0,5
Infotainment	96:32:52	1,6	163	2,4
Outro (entretenimento)	5:17:24	0,1	38	0,6
Documentário	74:38:48	1,2	98	1,5

Espetáculo	17:30:03	0,3	8	0,1
Artes e media	0:16:02	0,004	8	0,1
Informação cultural	30:03:54	0,5	52	0,8
Institucional	9:21:35	0,2	118	1,7
<b>Total</b>	<b>6041:41:46</b>	<b>100,0</b>	<b>6754</b>	<b>100,0</b>

A análise mais detalhada da programação da SIC permitiu identificar 26<sup>23</sup> géneros televisivos.

Destaca-se a prevalência de três géneros em horas de duração do serviço de programas, com valores muito próximos entre si: *telenovela* (23,2 %), *talk show* (22,8 %) <sup>24</sup> e *serviço noticioso* (22,1 %). Cada um destes géneros inscreve mais de 1300 horas de programação nas grelhas do ano, sendo os únicos que ultrapassam a barreira dos quatro dígitos.

Em conjunto, os três géneros correspondem 68,1 % da totalidade das horas de emissão, ou seja, a mais de dois terços do tempo da programação de 2016. Esta concentração tem impacto na diversidade de conteúdos da SIC, com 31,9 % do tempo de emissão a distribuir-se pelos restantes 23 géneros considerados, todos representando menos de um décimo das horas de emissão.

Os *filmes/telefilmes*, que são a quarta categoria mais relevante de 2016, tiveram 461h39m34s de emissão (7,6%). Uma outra categoria de *ficção*, a das *séries*, tem uma exposição horária com valores próximos, acumulando 423h08m28s de duração total (7%).

Considerando o número de exibições, como 1860 episódios, o género prevalente continua a ser a *telenovela* (27,5%), seguindo-se o *serviço noticioso*, com 981 edições (14,5%). Neste indicador, os *desenhos animados* surgem na terceira posição (12,4%) e só em quarto lugar aparecem os *talk shows* (11,2%), que em duração eram os segundos mais relevantes.

De um outro prisma, os dados evidenciam que os géneros *artes e media*, *reality show*, *resumo desportivo* e *reportagem* são os mais residuais na programação da SIC (variando entre os 0,004 %, do primeiro, e os 0,1% dos três últimos). Os géneros correspondem à emissão de 16 minutos de oito edições de “Portugal Fashion”, de 3 horas e 45 de emissão total dos dois episódios finais de “Peso Pesado Teen”, de 3 horas e 46 minutos das 15 sínteses dos resultados da Liga Europa e de 5 horas e 10 minutos resultantes das 19 reportagens identificadas com os programas “E se fosse consigo?” e “Minuto Web Summit”.

Relativamente à frequência de exibição, os resultados sugerem que *reality show*, *edição especial*, *espetáculo* e *artes e media* foram os menos selecionados para integrarem as grelhas de emissão de 2016.

<sup>23</sup> Duas das categorias são indeterminadas – *outro (infantil/juvenil)* e *outro (entretenimento)* – e correspondem a programas que não foi possível atribuir uma das restantes categorias adotadas no relatório.

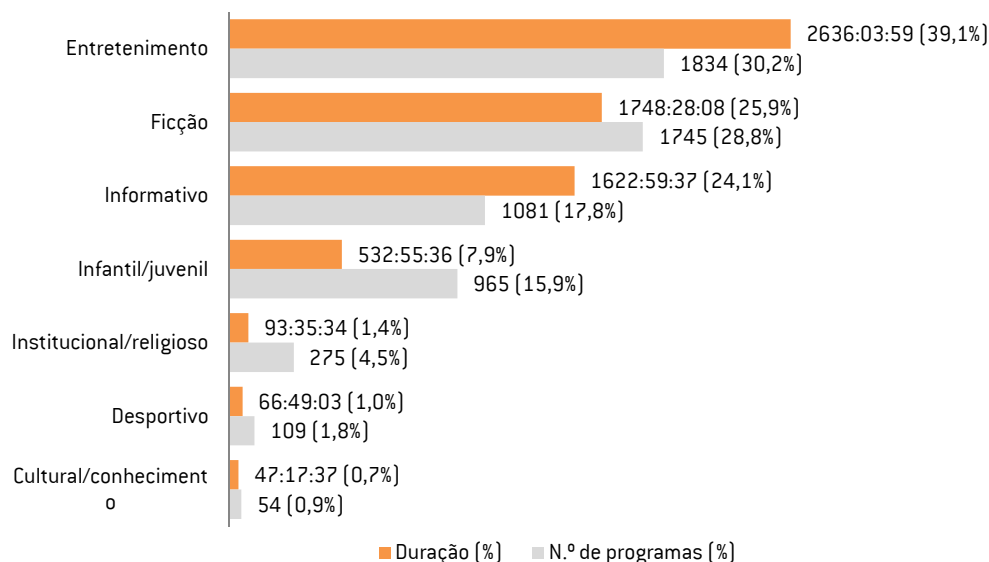
<sup>24</sup> Em 2015, os *talk shows* eram os mais marcantes em termos horários, só depois surgindo as *telenovelas*, que por sua vez eram os programas mais frequentes como em 2016.

## TVI

- Emitir uma programação generalista e diversificada, com oferta de **géneros diversificados** de programas dirigidos a **vários públicos em diferentes faixas horárias**<sup>25</sup>;
- Emitir uma programação que contribua para a **formação e informação do público** [...], tendo em consideração as **necessidades especiais de certas categorias de espectadores**, entre as quais as **crianças e os jovens**<sup>26</sup>;
- Transmitir, **semanalmente**, a **missa dominical**<sup>27</sup>.

Esta análise contempla 6063 programas exibidos pela TVI em 2016, que somaram 6748h09m de emissão anual.

**Fig. 7** Frequência e duração de *macrogéneros* televisivos na TVI (2016)



N=6748h09m34s (n.º total de horas de emissão); N=6063 (n.º total de programas)

A exemplo de anos anteriores, a TVI continua a sustentar a sua programação nas mesmas três grandes categorias de géneros televisivos: *entretenimento* (39,1%), *ficção* (25,9%) e *informativos* (24,1%).

A prevalência destes três grupos de programas fica evidente no facto de quase nove em cada dez horas de programação de 2016 pertencerem a uma daquelas categorias (89%).

Na TVI, à quase totalidade alcançada pelos três géneros mencionados, há a acrescentar os programas *infantis/juvenis* que, apesar de uma expressão horária mais reduzida, são uma das categorias que importa assinalar nesta leitura.

Em número de programas exibidos, são valorizadas as mesmas três categorias, e pela mesma ordem. A quarta categoria mais representada é a dos programas *infantis/juvenis* – que é mais expressiva em frequência de programas (15,9%) do que em volume horário (7,9%).

<sup>25</sup> Renovação das Licenças para o Exercício da Atividade Televisiva dos Operadores Televisivos SIC e TVI Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro 2007 alínea d). Ver também Deliberações 1/LIC-TV/2012 e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro.

<sup>26</sup> Renovação das Licenças para o Exercício da Atividade Televisiva dos Operadores Televisivos SIC e TVI Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro 2007, alínea f). Ver também Deliberações 1/LIC-TV/2012 e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro.

<sup>27</sup> Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro 2007, alínea p). Ver também Deliberações 1/LIC-TV/2012 e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro.

Aliás, a frequência de exibição aproxima os *infantis/juvenis* de um dos três gêneros mais representativos, os *informativos*, categoria da qual estão distanciados por apenas dois pontos percentuais, equivalentes a uma diferença de 116 edições de programas exibidos no decurso do ano.

Em 2016, entre os gêneros de programação menos representados nas grelhas de emissão da TVI encontram-se os *institucionais/religiosos* (1,4%), os *desportivos* (1,0%) e os *culturais/conhecimento* (0,7%).

Dos três, os *institucionais/religiosos* são os que têm uma expressão horária mais relevante, aproximando-se das 94 horas de emissão ao ano. Ainda assim, este género tem um peso relativo mais acentuado quando se olha para o número de exibições, somando 275 no mesmo período (4,5%).

Em termos da frequência de programas, os *desportivos* e os *culturais/conhecimento* ficam pelos 1,8% e 0,9%, respetivamente.

**Fig. 2 - Frequência e duração de géneros televisivos na programação da TVI (2016)**

Género	TVI			
	Duração		Programas	
	hh:mm:ss	%	n	%
Serviço noticioso	850:26:20	12,6	733	12,1
Reportagem	1:10:01	0,02	2	0,03
Entrevista	0:27:09	0,01	1	0,02
Edição especial	8:37:58	0,1	10	0,2
Magazine informativo	762:18:09	11,3	335	5,5
Informação desportiva	4:52:36	0,1	60	1,0
Transmissão desportiva	49:46:59	0,7	27	0,4
Resumo desportivo	1:08:59	0,02	7	0,1
Comentário desportivo	11:00:29	0,2	15	0,2
Filme/telefilme	187:42:54	2,8	116	1,9
Série	208:03:59	3,1	326	5,4
Telenovela	<b>1352:41:15</b>	<b>20,0</b>	<b>1303</b>	<b>21,5</b>
Desenho animado	184:10:53	2,7	485	8,0
Ficção infantil/juvenil	248:05:42	3,7	338	5,6
Telenovela infantil/juvenil	100:39:01	1,5	142	2,3
Concurso/jogo	390:09:13	5,8	305	5,0
Reality show	656:54:11	9,7	702	11,6
Variedades	253:09:46	3,8	77	1,3
Talk show	1227:16:54	18,2	538	8,9
Humor	6:28:15	0,1	40	0,7
Infotainment	32:58:03	0,5	67	1,1
Outro (entretenimento)	69:07:37	1,0	105	1,7
Artes e media	43:34:30	0,6	52	0,9
Espetáculo	3:43:07	0,1	2	0,03
Institucional	8:54:28	0,1	186	3,1
Religioso	84:41:06	1,3	89	1,5
<b>Total</b>	<b>6748:09:34</b>	<b>100,0</b>	<b>6063</b>	<b>100,0</b>



No universo dos 26 *géneros* televisivos<sup>28</sup> identificados na programação da *TVI*, a *telenovela* ocupa um quinto das horas anuais de programação (20%). Ou seja, quando se decompõe as grandes categorias de géneros televisivos em categorias mais finas de análise, percebe-se que a *telenovela* é a grande âncora da programação da *TVI*. Em frequência de exibição também é o género mais forte, com um peso relativo semelhante.

Esta opção era já perceptível em anos anteriores, mas em frequência de exibição assinala-se uma ligeira contração do género na passagem de 2015 para 2016 (caí de 24,2% para 21,5%).

Mas se em duração, a diferença que separa as *telenovelas* do segundo género mais destacado, os *talk shows*, é reduzida (separa-os 1,9%), em frequência de exibição, o segundo género, que neste caso é o *serviço noticioso*, fica a quase dez pontos percentuais do primeiro (9,4%). Assim, tanto as *telenovelas* quanto os *talk shows* têm um peso horário elevado ao longo do ano, agregando ambos mais de 1200 horas de emissão. Em conjunto, representam quase quatro de cada dez horas dos programas incluídos nas grelhas da *TVI* (38,2%).

Relativamente ao número de programas, o segundo género mais representado é o *serviço noticioso*, com menos 570 exibições ao ano do que a *telenovela*. Em termos absolutos, isto significa que a *TVI* exibiu 1303 episódios de programas enquadrados no género *telenovela*, ao passo que foram 733 as edições de noticiários, numa média diária de 3,5 dos conteúdos de *ficção* para dois dos *informativos* em questão.

Retomando a análise da programação na perspectiva da sua duração total, verifica-se que a soma das *telenovelas* com os três géneros que se seguem, todos acima dos 10 pontos percentuais, ultrapassa, como em 2015, os três quintos (62,1%) do tempo de emissão anual da *TVI*. São eles, e pela mesma ordem do ano anterior, os *talk shows* (18,2%), os *serviços noticiosos* (12,6%) e os *magazines informativos* (11,3%).

O restante volume horário (37,4%) distribui-se pelos demais 22 géneros contemplados na grelha da *TVI*. Entre estes géneros há diferenças a assinalar, pois se é certo que os *reality shows* se aproximam de um décimo da duração global (9,7%), com 656h54m11s de emissão anual, ou os *concursos/jogos* somam 390h09m13s (5,8%), a *entrevista*, enquanto género autónomo numa grelha de emissão, apenas teve uma edição em 2016, com 27 minutos de duração (0,01%). Ainda assim, em 2015, a *TVI* não havia exibido qualquer programa de grande entrevista. Entre os menos representados, há 12 géneros que não alcançam a fasquia de um ponto percentual do volume horário da *TVI*: *transmissão desportiva* (0,7%), *artes e media* (0,6%), *infotainment* (0,5%), *comentário desportivo* (0,2%) *institucional* (0,1%), *edição especial* (0,1%), *humor* (0,1%), *informação desportiva* (0,1%), *espetáculo* (0,1%), *reportagem* (0,02%), *resumo desportivo* (0,02%), e a já mencionada *entrevista* (0,01%).

Quando se avalia o número de programas, verifica-se que alguns dos géneros de menor duração são também os que registam uma frequência mais residual, com oito desses géneros a não registarem, pelo menos, uma edição semanal. São eles: *humor*, *transmissão desportiva*, *comentário desportivo*, *edição especial*, *resumo desportivo*, *espetáculo*, *reportagem* e a *entrevista*.

Por outro lado, embora já em 2015 apresentassem valores absolutamente residuais, em 2016 regista-se o desaparecimento da grelha de programação da *TVI* dos géneros: *debate* (uma

---

<sup>28</sup> Assinala-se que, entre estas 26 categorias, figura a dos programas de entretenimento que foram classificados em *outro* (*entretenimento*), por não encontrarem correspondência nas restantes categorias de géneros.

edição, com cerca de uma hora e meia) e *concurso/jogo infantil/juvenil* (seis edições, com perto de 13 horas anuais), bem como de *educativos infantis/juvenis* (119 edições, 45 horas anuais). No sentido oposto, mas com valores também marcadamente residuais, para além da *entrevista* mencionada, em 2016 a *TVI* introduziu dois outros géneros: a *reportagem*, ainda que apenas com duas edições e o *comentário desportivo*, com 15 apresentações.

Ainda no plano da análise dos géneros televisivos, uma das obrigações específicas da *TVI* é a transmissão semanal da Missa Dominical, o que se verificou durante todo o ano de 2016 com a inclusão de celebrações nas grelhas dos domingos de manhã e missas realizadas em dias especiais, como a Páscoa e o Natal.

Além destes conteúdos específicos, a *TVI* contou com outro programa religioso, o “8º Dia”, que teve exibição apenas durante o primeiro semestre do ano, num total de 26 edições.

## 2. Funções na programação – RTP1, RTP2, SIC e TVI

### **RTP1, RTP2, SIC e TVI**

- **Informação, formação e entretenimento** do público<sup>29</sup>.

### **RTP1 e RTP2**

- A concessionária do serviço público de televisão deve (...) apresentar uma programação que promova a **formação cultural e cívica** dos telespectadores, garantindo o acesso de todos à **informação, à educação e ao entretenimento** de qualidade<sup>30</sup>.

A Lei da Televisão estabelece que o exercício da atividade está vinculado à obrigatoriedade de os serviços de programas televisivos contribuírem para a informação, formação e entretenimento dos públicos. À *RTP1* e *RTP2*, o contrato de concessão de serviço público adiciona especificadamente que devem garantir o acesso à informação, à educação e ao entretenimento.

Em conjugação com a análise dos *géneros televisivos – macrogénero e género –*, o apuramento da diversidade de *funções* permite avaliar com maior acuidade a diversidade e o pluralismo da programação exibida durante o ano de 2016. A variável *função* da programação pretende avaliar a *intenção* ou a *finalidade* predominante de um determinado conteúdo, ancorada na relação que os operadores pretendem estabelecer com os diferentes públicos.

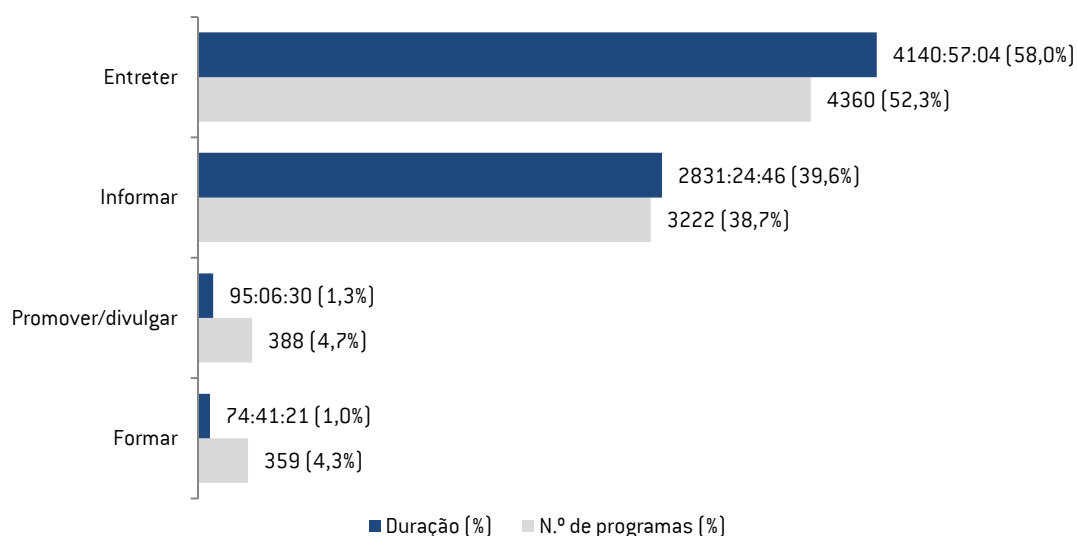
A análise que agora se inicia considera o universo da programação de 2016 sob o prisma da *função* mais valorizada nos conteúdos exibidos. Para tal, a programação é enquadrada de acordo com uma das seguintes funções: *informar, entreter, formar e promover/divulgar*.

<sup>29</sup> Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido [Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho], artigo 9.º, n.º 1, alínea a).

<sup>30</sup> Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido [Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho], artigo 51.º, n.º 1.

## RTP1

**Fig. 8** Frequência e duração de *funções* na programação da RTP1 (2016)



N=7142h09m41s (n.º total de horas de emissão); N=8329 (n.º total de programas)

A programação da RTP1 cumpre também este ano as quatro *funções* estabelecidas, embora se verifique, à semelhança dos anos anteriores, que o domínio da função *entreter* é bastante acentuado. Quanto à duração, a função *entreter* representa 58 % da duração dos programas. Segue-se a função *informar*, que engloba mais de um terço do tempo de emissão (39,6%). Entre as menos expressivas, destacam-se as funções *promover/divulgar* (1,3%) e *formar* (1%)

No que respeita às funções mais valorizadas, verifica-se que em 2016, 97,6 % das horas de emissão da RTP1 cumprem as funções de *entreter* e *informar*.

Os programas que pretendem transmitir uma mensagem institucional ou promover as organizações que os dinamizam aglomeram cerca de 95 horas de emissão anual. Já os programas com propósitos formativos englobam perto de 75 horas.

Em 2016, 388 programas têm a função *promover/divulgar* (4,7 % da variável). Por sua vez, a função *formar*, com 359 exibições, perfaz 4,3 %.

Em relação ao peso da função *entreter*, os dados de 2016 revelam um equilíbrio relativamente a 2015 em que ocupava 52,5 % da programação e este ano representa 52,3 % no que respeita à frequência de exibição.

Também a função *informar* mantém o peso relativo relativamente a outros anos, com 38,7 % de frequência e 39,6 % da duração do total de programas exibidos.

Os géneros que preenchem a função *entreter*, tais como os *talk shows* (28,0 %), *filmes/telefilmes* (11,8 %), *concursos/jogos* (11,5 %), *séries* (11,1 %) *telenovelas* (10 %) e *variedades* (9,7 %) e transmissão desportiva (8,2%), representam aproximadamente 9/10 da sua duração total.

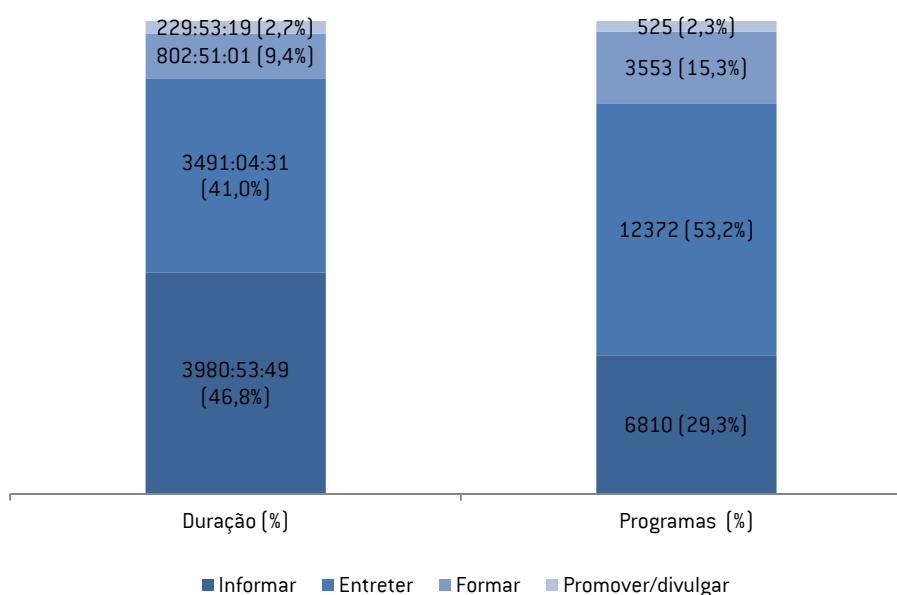
Quanto à função *informar*, perto de metade da sua extensão horária é assegurada pelos *magazines informativos* (44 %), seguidos dos *serviços noticiosos* (28,3 %). Registe-se que, em conjunto, estes géneros perfazem aproximadamente 70 por cento da duração da *função*.

Dependente da exibição de programas educativos (*educativos* e *educativos juvenis/juvenis*), a função *formar*, perfaz uma duração total anual de 90,4 % da variável (15,6 % e 74,8 %). Seguem-se os programas classificados como *institucionais* (8,2 %) e os de *ciências* (1,4 %).

*Promover/divulgar* distribui-se entre os *religiosos* (67,8 % da duração), os *institucionais* (25,8 %) e os considerados *infotainment* (6,4%).

## RTP2

Fig. 9 Frequência e duração de *funções* na programação da RTP2 (2016)



N = 8504h42m40s (n.º total de horas de emissão); N = 23260 (n.º total de programas)

A análise das *funções* da programação televisiva da RTP2, no ano de 2016, revela a presença das quatro categorias de função consideradas no presente estudo – *informar*, *formar*, *entreter* e *promover/divulgar*.

A análise dos dados por número de programas ou por volume horário dos mesmos conteúdos oferece retratos distintos das grelhas de emissão da RTP2. Deste modo, se observarmos o *número* de programas, a função predominante na programação da RTP2 é *entreter*, associada a mais de metade dos conteúdos exibidos (53,2 %). Porém, considerando a duração total dos programas, a função com maior presença é *informar*. Entre 2015 e 2016 é assinalável o declínio desta função que, no ano anterior, ultrapassava metade do tempo total dos programas exibidos (56,1 %) e em 2016 não atingiu essa marca (46,8 %).

As funções *entreter* e *informar* são as duas que distintamente marcam a programação da RTP2. Somadas, representam quase 90% do volume horário total e mais de 80% do número total de edições.

Uma larga fatia das 3980h53m49s anuais de programas cuja função primordial é *informar* é assegurada pelos *serviços noticiosos* da RTP2 (39,9%), com destaque para o “Euronews”. Se em 2015 a função surgia em segundo lugar associada aos *magazines informativos*, em 2016 ela passa a ser sustentada pelos *documentários* (13,0%) e só depois pelos *magazines informativos* (11,2%). Em número de programas são sobretudo os pequenos espaços de *informação cultural* que mais contribuíram para esta função em 2016, com 1488 exibições (21,9%), seguindo-se os *serviços noticiosos*, com 1228 (18,0%). Exemplo disso é o novo programa “Folha de Sala” (com 1295 edições e 51h44m00s).

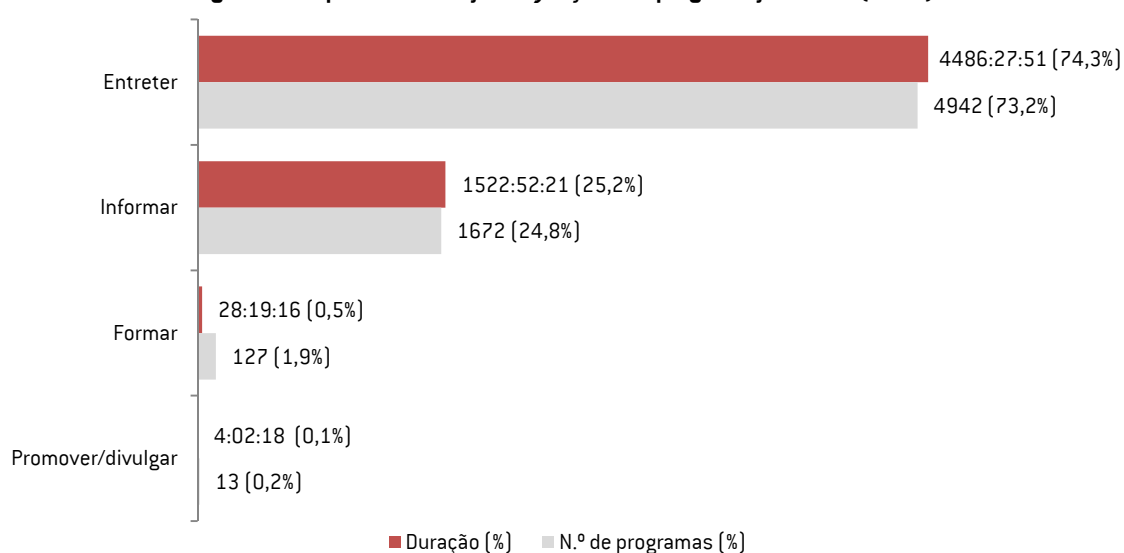
Na função *entreteter*, que somou em 2016 3491h04m31s de emissão, cerca de metade das horas são preenchidas por *desenhos animados*, seguindo-se as *séries*.

A função *formativa* surge, como tem sido constante, em terceiro lugar, destacando-se mais pelo número de programas (15,3%) do que pelas horas de exibição (9,4%). A função *formar* está associada a 3553 programas, com duração total de 802h51m01s. Do total, 3138 unidades de programas são *educativos infantis/juvenis* (88,3%), confirmando-se também aqui a importância da programação para os públicos mais novos na RTP2. Em horas de exibição, os *educativos infantis/juvenis* somaram 596h19m40s (74,3% da função *formar*, uma quebra relativa acentuada face aos 87,2% apresentados em 2015, ainda que em valores absolutos tenha havido um aumento).

*Promover/divulgar* é a função menos expressiva na programação da RTP2, surgindo associada a 525 programas (2,3%), com 229h53m19s de duração anual (2,7%). Os conteúdos *religiosos* (77,5%) e *institucionais* (22,5%) são os que concorrem para o cumprimento desta função.

## SIC

**Fig. 10** Frequência e duração de *funções* na programação da SIC (2016)



N = 5894h57m02s (n.º total de horas de emissão de programas); N = 6903 (n.º total de programas)

Analisados os conteúdos emitidos pela SIC, verifica-se que, em 2016, a função *entreteter* quase que alcança os três quartos (74,3%) do tempo total de emissão tratado na presente análise. *Informar* é a segunda categoria mais destacada, com um quarto (25,2%) do total das horas obtidas pelo universo dos 6903 programas exibidos ao longo de 2016.

Em número de programas verifica-se a mesma concentração na função *entretener* seguindo-se a função *informar*, com valores relativos semelhantes aos da duração (73,2 % e 24,8 %).

A função predominante na programação da SIC – *entretener* – mantém-se sobretudo na exibição das *telenovelas*, com presença nos horários da tarde, nobre e da noite/madrugada, e dos *talk shows* da manhã e tarde, dos dias úteis, correspondendo respetivamente a 31,2 % e a 30,7 % da duração anual da função.

Na função *informar*, os *serviços noticiosos* são os programas mais frequentemente exibidos (58,7 %) e os mais relevantes em duração (87,5%).

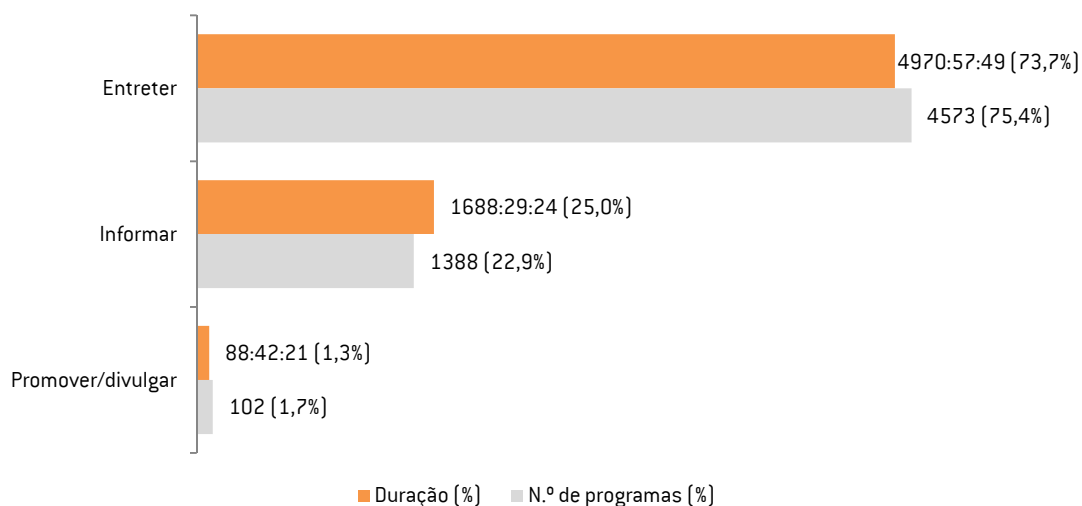
As duas *funções* referidas são quase transversais à totalidade dos conteúdos de 2016, sobrando muito pouco para as outras duas categorias detetadas nos programas da SIC.

Conforme a análise de 2015, *educativo infantil/juvenil* é o único género classificado com a função *formar*. Ainda assim, os programas formativos ganharam alguma expressão relativamente ao ano anterior, passando de apenas 32 minutos anuais para as 28h19m16s de 2016, através do aumento da transmissão de conteúdos infanto-juvenis com estas características.

Os programas com a função de promoção e divulgação das entidades dinamizadoras foram bastante escassos. O “Tempo de Antena” correspondeu integralmente à categoria, com a totalidade das horas de emissão a destinarem-se à campanha para as eleições presidenciais de janeiro de 2016.

## TVI

**Fig. 11** Frequência e duração de *funções* na programação da TVI (2016)



N=6748h09m34s (n.º total de horas de emissão de programas); N=6063 (n.º total de programas)

Em 2016 *entretener* foi a função preponderante na programação da TVI, com perto de três quartos (73,7%) das horas de emissão, seguida da função *informar*, que corresponde a um quarto da duração dos programas exibidos (25%). Mantendo o padrão dos anos anteriores, estas são as funções que mais se reconhecem nos conteúdos da TVI.

Em número de programas mantém-se esta mesma relação de forças entre as duas funções, mas o peso de *entretener* sobe ligeiramente, fixando-se acima dos 75 pontos percentuais.

Entre os 15 géneros que consubstanciam a função *entreter*, as *telenovelas* (27,2%) e os *talk-shows* (24,7%) são aqueles que têm maior participação no volume horário da categoria, correspondendo a mais de metade desse indicador.

A função *informar*, assegurada por dez géneros, realiza-se sobretudo através dos *serviços noticiosos* (50,4%) e dos *magazines informativos* (45,1%), que juntos perfazem a quase totalidade da duração horária desta função.

Para além destas, identifica-se uma terceira função na programação da TVI – *promover/divulgar* –, com uma presença bastante marginal, quer em volume de horas quer de programas.

A função concretiza-se quase exclusivamente (95,5%) através de programas de cariz religioso, uma das obrigações de programação deste operador privado. Os programas *institucionais* completam a função.

Em 2016, a programação da TVI não tem a função *formar* como propósito basilar dos conteúdos veiculados. Já em anos anteriores se verificara que a função tinha uma baixa representação, com valores na casa de um a dois pontos percentuais. A perda da categoria acontece por duas situações distintas que devem ser devidamente enquadradas. Por um lado, o programa “Autores”, da categoria *cultural/conhecimento* – e que continua no ar em 2016 –, foi reavaliado passando a engrossar a função *informar*, por se considerar ser esta a categoria que melhor define a essência do programa. Por outro lado, em 2016, a TVI deixou de exibir aquele que era o pilar da função formativa, o *educativo infantil/juvenil* “Curious George”.

### 3. Diversidade no horário nobre – RTP1, RTP2, SIC e TVI

#### **RTP1, RTP2, SIC e TVI**

- Assegurar, incluindo nos **horários de maior audiência**, a difusão de uma **programação diversificada e plural**<sup>31</sup>.

#### **SIC e TVI**

- **Diversificar os géneros** da programação emitida no chamado ‘**horário-nobre**’ (20h00-23h00)<sup>32</sup>.

O intervalo compreendido entre as 20h00 e as 23h00, que corresponde, genericamente, ao denominado *horário nobre*, equivale a uma das faixas horárias em que tradicionalmente se regista uma maior variedade e amplitude de públicos.

Considera-se, por isso, um dos horários de maior audiência a que a Lei da Televisão impõe a difusão de uma programação diversificada e plural, o que, no caso dos operadores privados, é reforçado nas licenças para o exercício da atividade televisiva.

No ano em apreço a RTP1 emitiu 1187 programas durante o horário nobre, repartidos por 19 géneros, num total de 967h55m03s de emissão.

No mesmo horário, a RTP2 exibiu 3060 programas, distribuídos por 25 géneros, para um total de 990h23m39s de emissão.

<sup>31</sup> Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho), artigo 34.º, n.º 2, alínea a).

<sup>32</sup> Deliberação 2/2007, de 20 de dezembro, alínea o).

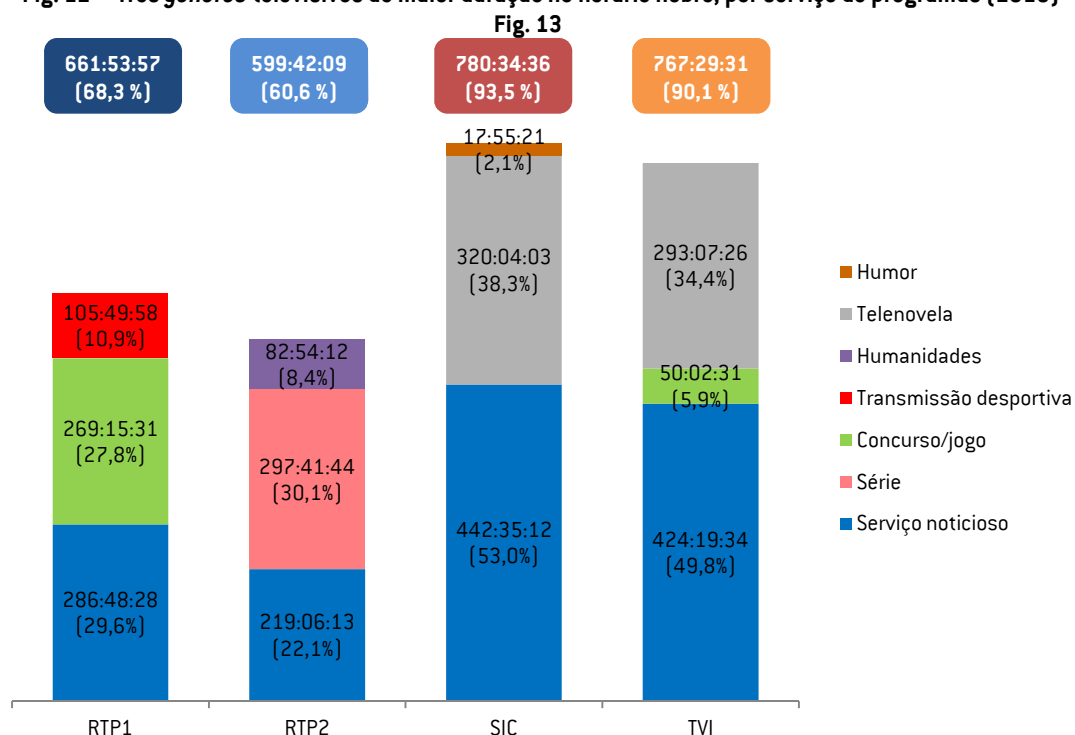
A SIC apresentou 1036 programas no período nobre da sua grelha televisiva, agrupados em 12 géneros e somando 834h38m18s de emissão.

Em 2016, a TVI ofereceu 14 géneros televisivos distintos no horário nobre, num total de 971 programas que atingiram as 851h32m55s de duração total.

A análise específica do período horário abrange as três categorias de programas mais relevantes em termos horários, podendo os restantes dados ser consultados no Anexo III – Figuras do presente capítulo.

Na análise das *funções* dominantes na programação de horário nobre (20h00-22h59), os dados referem-se ao universo dos programas exibidos nesse bloco horário.

**Fig. 12 Três géneros televisivos de maior duração no horário nobre, por serviço de programas (2016)**



N=967h55m03s [duração total dos programas de horário nobre da RTP1]; N=990h23m39s [duração total dos programas de horário nobre da RTP2]; N=834h38m18s [duração total dos programas de horário nobre da SIC]; N=851h32m55s [duração total dos programas de horário nobre da TVI]

### RTP1

Em 2016, no horário nobre da RTP1, os três géneros mais significativos em termos de carga horária (concurso/jogo; serviços noticiosos; e transmissão desportiva) perfazem menos de três quartos (68,4 %) da duração total dos programas exibidos nesse espaço de programação.

A RTP1 continua a apostar no *serviço noticioso* diário “Telejornal” para o horário nobre (20h-23h). Perfazendo um total de 286h48m28s, lidera as preferências do operador para o referido segmento horário, equivalendo a cerca de um terço da duração dos programas exibidos durante esse período (29,6 %).

Na segunda posição no que respeita às preferências do operador na programação de 2016, encontram-se os *concursos/jogos*, com um total de 269h15m31s de duração (27,8 %). Já a *transmissão desportiva*, na terceira posição, atingiu as 105h49m58s (10,9 %).



Verifica-se, assim, que os restantes 16 géneros perfazem cerca de 31,6 % da duração dos programas exibidos durante o horário nobre, com especial destaque para as séries (9 %) e os programas de debate (6,2 %) (cf. Anexo III – Figuras).

Analisando o horário nobre da *RTP1* na perspetiva da *função* primordial inerente ao universo dos conteúdos exibidos em 2016, verifica-se a presença das quatro categorias definidas no presente estudo.

Como no ano passado, também neste ano de 2016, as funções *entretener* e *informar* somam a quase totalidade do tempo de emissão (99,9 %). É, deste modo, residual o peso da programação que visa *promover/divulgar* as entidades e instituições promotoras deste tipo de conteúdos televisivos (0,1 %), bem como *formar* (0,02 %).

Em 2016, a função *entretener* perfaz 504h32m59s do tempo de emissão dos programas de horário nobre (52,1 %), enquanto *informar* atinge 462h29m11s (47,8%).

*Promover/divulgar* engloba 00h42m30s, dedicadas sobretudo à exibição do programa “Fatura da Sorte”.

## RTP2

No ano de 2016, na *RTP2*, foram emitidos 3060 programas, correspondentes a 990h23m39s de emissão, durante o *horário nobre*, o intervalo horário compreendido entre as 20h00 e as 23h00. As *séries* e os *serviços noticiosos* são os dois géneros mais presentes neste horário, representando em conjunto mais de 50 por cento do tempo de emissão neste horário. A grande distância, em terceiro lugar, surgem os *documentários* e logo abaixo os *desenhos animados*. Os quatro géneros somados preenchem 68,7 % do horário nobre.

Em 2016, foram registados cerca de 450 episódios de *séries*, num total de 28 títulos, que significaram perto de 300 horas de emissão durante o horário nobre (297h41m44s, que correspondem a 30,1 % do volume horário total neste período). Na programação da *RTP2* continua a fazer-se sentir a aposta em séries estrangeiras, particularmente as de produção europeia, como “Uma Aldeia Francesa”, “Um crime, Um Castigo”, “Candice Renoir” (já exibida em 2015) ou “A Agência Clandestina” (todas de produção francesa), “Gomorra” (italiana) ou “A Fraude” (série dinamarquesa), entre muitas outras.

O “Jornal 2”, com exibição diária na *RTP2*, é o serviço noticioso de horário nobre que representa mais de um quinto (22,1 %) da duração dos programas neste horário (219h06m13s). Em 2016, houve 362 edições deste bloco de notícias, falhando a sua exibição nos dias 1 de janeiro, 24 e 25 de dezembro e a 31 de dezembro.

O terceiro lugar no âmbito das categorias de género mais dilatadas no tempo nobre da *RTP2* pertence aos *documentários*, com 69h05m08s de emissão (7,0 %, uma quebra superior a dez pontos percentuais face aos 17,5 % registados em 2015)<sup>33</sup> e um total de 105 exibições. Em 2016, “Mares e Oceanos” foi a série documental com mais tempo acumulado de exibição no intervalo 20h00-22h59m.

---

<sup>33</sup> Uma vez que parte dos documentários exibidos acabam sendo classificados como programas temáticos de humanidades ou de artes e media (quando tal se justifique devido ao tema ou assunto tratado), esta quebra é um indicador que não expressa necessariamente uma redução de programas documentais na antena da *RTP2*.

A programação nobre da RTP2 de horário nobre contemplou 25 géneros televisivos (mesmo que alguns tenham tido pouca expressão). Os programas de *debate*, *entrevista* e *informação infantil/juvenil* desapareceram totalmente da antena de RTP2 em 2016. Em contrapartida, surgiram em horário nobre conteúdos de *ficção infantil/juvenil*, *do espaço contendor*, *resumos desportivos* e *outros (entretenimento)*.

Analisando a presença dos géneros no horário nobre por número total de programas, a *informação cultural*, as *séries* e os *desenhos animados* são os três géneros mais valorizados. Digna de nota continua a ser a presença das quatro *funções* no horário nobre da RTP2, sintoma de diversidade da programação deste serviço de programas.

Em 2016, em volume horário, a função que mais se destacou foi *entretener*, com quase metade das horas neste período (47,6%), suplantando assim a função que em anos anteriores ocupava mais de metade do tempo de programas exibidos, *informar*. Entre as 20h00 e as 22h59m, a função *informar* desceu assim para segundo lugar (45,1%).

Em termos de número de programas, mantém-se a função *informar* à frente das restantes (53,5%), com mais de metade dos programas transmitidos. Em segundo lugar (40,3%) surge a função *entretener*. O peso da função *entretener* é consistente com a presença alargada de *séries* neste intervalo horário. Já o peso da função *informar* é cumprido pela exibição dos géneros *serviço noticioso* e *documentário* no horário nobre.

As funções *formar* e *promover/divulgar* surgem a grande distância das outras duas; juntas representam menos de 10 por cento do total, seja em volume horário seja em número de programas. São sobretudo os programas de *humanidades* e os de *artes e media* que concretizam a função *formar*, com os *institucionais* a sustentar a maior parte da presença da função *promover/divulgar*.

## SIC

No ano de 2016, a SIC exibiu um total de 1036 programas dentro dos limites do período nobre de programação televisiva – das 20h às 23h –, que se traduziram em 834h38m18s de emissão, distribuídas por 12<sup>34</sup> géneros televisivos.

Os dois géneros com maior expressão no horário nobre da SIC, os *serviços noticiosos* e as *telenovelas*, representam mais de nove em cada dez horas de emissão (91,4%). O *serviço noticioso*, género totalmente preenchido pelo “Jornal da Noite”, equivale a mais de metade da duração dos programas desta faixa horária (53,0%). A *telenovela* – com títulos como “Coração d’Ouro” ou “Amor Maior” – é o segundo género mais destacado, com 38,3% da duração total de programas exibidos dentro da faixa horária.

O peso dos dois géneros assinalados relega todos os outros para valores bastante aquém. O *humor*, o terceiro com maior volume horário, vale apenas 2,1% da duração, com uma extensão horária equiparável à dos quarto e quinto géneros: *curso/jogo* e *transmissão desportiva*, todos na casa das 17-18 horas de emissão anual (cf. Anexo III - Figuras).

Estes elementos apontam para a uma diversidade reduzida da programação da SIC entre as 20h e as 23h.

---

<sup>34</sup> Um dos quais indefinido: *outro (entretenimento)*.

Ao nível da frequência de programas, as *telenovelas* elevam-se sobre os noticiários. Nesta perspetiva de análise sinaliza-se a exibição do *magazine informativo* “1 Minuto de Economia”. Com 185 edições, o género ascende à terceira posição (17,9%), embora o seu formato seja bastante limitado no tempo, como o próprio nome indica, perfazendo apenas 2 horas e 50 minutos (0,3%).

A análise da programação de horário nobre revela que neste período a programação da SIC cumpre as *funções informar* e *entreter*. A primeira é a mais destacada, com 54,4% da duração total, a segunda representa 43,3%. Daqui resulta que as funções *formar* e *promover/divulgar* estão ausentes do horário nobre da SIC.

## TVI

Em 2016, a TVI contemplou 14 *géneros* durante o horário nobre, num total de 971 programas que superaram as 850 horas de duração.

Os *serviços noticiosos* representaram quase metade daquele número de horas (49,8%). Com as *telenovelas* (34,4%) e os *concursos/jogos* (5,9%) compõem o conjunto dos três géneros mais relevantes no horário nobre da TVI, totalizando 90,1% do tempo de emissão da faixa horária.

Os valores traduzem uma elevada concentração da programação nobre da TVI no noticiário e na *telenovela*, com prejuízo da diversidade. Esta situação é realçada desde logo pelo facto de o terceiro género mais representado, o concurso/jogo, ficar bastante aquém dos primeiros, que sozinhos representam 84,3% da duração do horário nobre.

É nesta faixa horária que a TVI apresenta o *serviço noticioso* “Jornal das 8”, habitualmente a partir das 20h. Em 2016, oito edições foram para o ar antes deste horário específico, por causa de encontros de futebol de competições nacionais e internacionais, verificando-se que num dos dias a TVI não exibiu este bloco de notícias, devido ao acompanhamento das eleições presidenciais.

Dado o impacto do noticiário neste período horário, não é de estranhar que a função *informar* seja a mais representada, equivalendo a 51,5% do tempo dos programas exibidos. Além do “Jornal das 8”, a função completa-se a com a transmissão do sorteio do “Euromilhões”, alguns programas de informação desportiva, edições especiais informativas sobre as presidenciais, o Brexit e o sismo em Itália, assim como os únicos programas dos géneros *reportagem* e *entrevista* exibidos ao longo do ano.

Note-se que, no horário nobre da TVI, se detetam apenas duas *funções* da programação, com uma distribuição muito equitativa entre si. A segunda, *entreter*, arrecada 48,5% das horas de emissão.

As 413 horas de programação com *função entreter* são preenchidas sobretudo por *telenovelas*, mas também por *concursos/jogos* exibidos aos fins-de-semana (“A tua cara não me é estranha”, “Masterchef Júnior”, “Pequenos Gigantes”), *reality shows* (“Secret Story 6” e “A Quinta – Desafio Final”), *transmissões desportivas* de futebol, programas de *variedades*, *humor* e ainda com um episódio especial de Natal da série “Inspetor Max” (*ficção infantil/juvenil*).

Relativamente ao género *telenovela*, o segundo mais destacado no horário das 20h às 23h, contribuem para a sua influência as 342 edições integradas nas grelhas de emissão de 2016. Destas, 248 correspondem a episódios da novela portuguesa “A Única Mulher” (temporadas dois e três).

#### 4. Programas informativos – RTP1, RTP2, SIC e TVI

A atividade televisiva tem na informação uma das suas principais finalidades, recaindo sobre os serviços de programas generalistas, pela sua amplitude de difusão, especiais responsabilidades nesta área.

A análise procura refletir sobre o modo como os quatro generalistas em sinal aberto – RTP1, RTP2, SIC e TVI – cumprem as obrigações específicas em matéria de informação, sabendo que os serviços de programas destinam diferentes géneros informativos ao cumprimento do objetivo de *informar* os públicos.

Esses programas cabem em categorias como *serviço noticioso, reportagem, debate, entrevista, comentário, edição especial, magazine informativo e boletim meteorológico*.

#### RTP1

- Promover o acesso do público às manifestações culturais portuguesas e garantir a sua **cobertura informativa adequada**<sup>35</sup>;
- Conceder especial relevo à informação, designadamente através da difusão de **noticiários, debates, entrevistas, reportagens**<sup>36</sup>;
- **Espaços regulares diários** em que sejam noticiados e devidamente contextualizados os principais acontecimentos nacionais e internacionais;
- **Espaços regulares de debate**, com intervenção de personalidades representativas da vida política e social portuguesa;
- **Espaços regulares de entrevista** a personalidades que se destaquem na sua atividade profissional ou cívica;
- **Espaços regulares de debate e entrevista sobre a atividade política nacional**, que garantam o pluralismo e deem expressão às posições das instituições e das forças políticas, em particular às representadas nas instituições parlamentares;
- **Espaços regulares de reportagem**<sup>37</sup>;
- **Espaços adequados de cobertura jornalística dos períodos eleitorais** relevantes;
- **Com frequência mínima:**
  - Três vezes por dia** para os noticiários; **Semanal**, para os programas de informação sobre as instituições políticas e promoção da cidadania, para os programas de debate e entrevista;
  - Quinzenal**, para os programas de grande reportagem.

Ao primeiro serviço de programas da concessionária de serviço público é confiado um conjunto de obrigações específicas relativamente aos programas *informativos* pela Lei da Televisão e pelo CCSPT que se dirigem, não só aos formatos e géneros apresentados, mas também aos conteúdos a transmitir e à sua regularidade.

Por economia de meios, a análise que se expende no presente capítulo não comporta a observação dos programas quanto ao conteúdo específico de cada uma das suas edições, com vista a apurar obrigações como a que exige que os serviços noticiosos garantam «uma adequada cobertura de manifestações culturais, designadamente as que envolvam criadores

<sup>35</sup> Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho), artigo 51.º, n.º 2, alínea b).

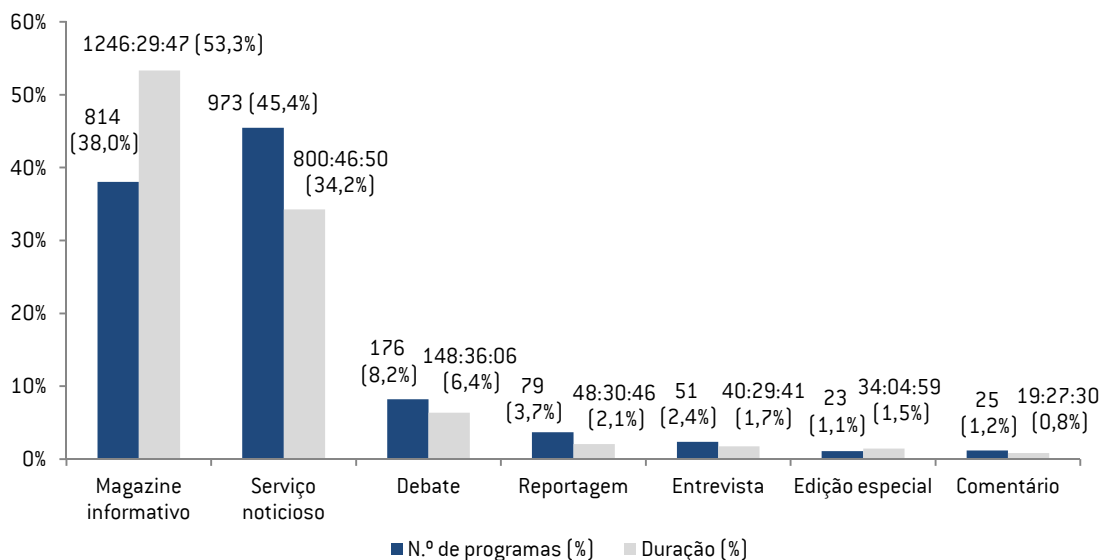
<sup>36</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 9.ª, n.º 1, alínea a).

<sup>37</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 9.ª, n.º 6, alínea a) a e).

ou temas portugueses»<sup>38</sup>. Permite, no entanto, aferir indicadores como os *géneros* e a periodicidade dos programas integrados na categoria de *informativos*.

Os *informativos* representam 32,7 % do tempo de emissão da *RTP1* em 2016, um valor relativamente maior ao do ano anterior. Os 2141 programas registados nesta categoria perfazem cerca de um quarto (25,7 %) dos que foram emitidos no primeiro canal de serviço público de televisão.

**Fig. 14** Frequência e duração dos *géneros informativos* na *RTP1* (2016)



N=2338h25m39s (n.º total de horas de emissão); N=2141 (n.º total de programas)

Na programação da *RTP1* em 2016 encontram-se sete dos oito *géneros* de programas *informativos* considerados na análise. De entre estes, os *magazines informativos* e os *serviços noticiosos* surgem isolados dos demais, quer em frequência, quer em horas de emissão, ocupando em conjunto perto de nove em cada dez horas dos conteúdos de informação exibidos ao longo do ano (87,5 %) e cerca de oito em cada dez programas exibidos (83,5 %).

Acumulando um total de 1246h29m47s, mais de metade da duração do *macrogénero* na programação da *RTP1* (53,3 %), encontram-se os 814 *magazines informativos* exibidos no ano de 2016. Seguem-se os *serviços noticiosos*, com 973 exibições e uma duração total de 800h46m50s (34,2 %).

À semelhança de anos anteriores, a *RTP1* exhibe os *magazines informativos* diários “Bom Dia Portugal” e “Portugal em Direto”, e ainda os *serviços noticiosos* “Jornal da Tarde” e “Telejornal”, assegurando deste modo as exigências de emissão de «espaços regulares diários em que sejam noticiados e devidamente contextualizados os principais acontecimentos nacionais e internacionais».

Tal como em 2015, também em 2016, para além dos *magazines informativos* e dos *serviços noticiosos*, os *géneros debate* e *reportagem* são os *informativos* que mais se notabilizam nas grelhas de emissão da *RTP1*.

<sup>38</sup> O presente relatório conta com um capítulo dedicado especificamente à informação veiculada nos *serviços noticiosos* diários de maior audiência dos serviços de programas generalistas em análise, no qual estas questões são apreciadas com maior detalhe.

Os *debates* abrangem 148h36m06s de duração total (6,4 %) e os programas de *reportagem* 48h30m46s (2,1 %). No que respeita à frequência contam-se 176 edições (8,2 %) no primeiro formato e do segundo, 79 (3,7 %).

O programa semanal “Prós e Contras” mantém-se como o suporte da *RTP1* na concretização do estabelecido no CCSPRT no que respeita à emissão de «espaços regulares de debate, com intervenção de personalidades representativas da vida política e social portuguesa».

Como em anos anteriores, os programas de *comentário* e as *edições especiais* mantêm-se como os menos frequentes (25 e 23 edições, respetivamente).

As edições especiais, caracterizadas enquanto espaços mais longos de reflexão e de cobertura e acompanhamento dos acontecimentos específicos que ditaram a sua abertura na antena da *RTP1*, somam 34h04m59s em 2016. Por sua vez, os programas de comentário perfazem 19h27m30s.

Diferente do ano anterior, em 2016 verificou-se um acréscimo no número de edições dos programas de *comentário* enquanto unidades autónomas de programação, pois passam de 15 edições em 2015 para 25 em 2016 (todas referente ao programa “O Princípio da Incerteza”).

O género *entrevista* surge na programação geral de informação de 2016 com um total de 51 edições e 40h29m41s.

Atendendo às exigências específicas que recaem sobre a *RTP1*, e que surgem elencadas acima, verifica-se que em 2016 o primeiro serviço de programas do operador público de televisão satisfaz de um modo geral a emissão de diversos géneros como noticiários, debates, reportagens e entrevistas.

Note-se que para além das imposições genéricas de difusão de determinados conteúdos informativos, o CCSPRT pormenoriza a frequência mínima com que a *RTP1* deve exibir noticiários, colocando a fasquia na emissão de três edições diárias.

Na análise do cumprimento das “imposições” supra referidas, verifica-se que, ao contrário do ano anterior, se forem considerados unicamente os *serviços noticiosos* – “Jornal da Tarde”, “Telejornal”, e “Manchetes 3”, com 973 edições em 2016 –, a *RTP1* aproxima-se de cumprir o exigido, embora ainda não alcance os 1095 programas noticiários.

Contudo, se a noção de *noticiário* é alargada aos *magazines informativos* – “Bom Dia Portugal”, com 366 edições, e “Portugal em Direto”, com 247 –, a cifra diária de “espaços noticiosos” supera os valores impostos pelo CCSPRT.

No que respeita aos programas de *debate* e *entrevista* a regularidade exigida passa para semanal. Neste campo, verificou-se que, embora o número de entrevistas tenham caído levemente em relação ao ano anterior, verifica-se um elevado aumento de programas no formato *debate*. Em a *RTP1* exibiu 176 debates e 51 entrevistas.

O CCSPRT estabelece como mensal a regularidade para os programas de grande entrevista. Na programação da *RTP1*, com 45 edições em 2016, o programa “Grande Entrevista” aproxima-se dessa referida exigência.

À semelhança de anos anteriores, não foram detetados espaços semanais de informação dedicados especificamente às instituições políticas e promoção da cidadania. Contudo,

decorreram várias transmissões de cerimónias em datas comemorativas, como o 25 de Abril ou o Dia de Portugal, que podem ser considerados, em parte, no cumprimento desta exigência.

Por sua vez, no período matinal (06h00 e as 13h00) destacam-se os *magazines informativos*, perfazendo perto de nove em cada dez horas de emissão (88,8 %). Durante as tardes – 13h00-19h59 – sobressaem os *serviços noticiosos* (66,6 %) e os *magazines informativos* (32,8%).

O *serviço noticioso* destaca-se também no horário nobre, atingindo os 71,1 % da duração total do género nesse período (quase 287 horas de programação anual).

De sublinhar que é no período da noite/madrugada que a *RTP1* exhibe a maior variedade de géneros de informação, com a exceção das reportagens.

Nas noites/madrugadas (período entre as 23h00 e as 05h59m) ganham relevância os *debates*, englobando 38,8 % da duração do género nesse intervalo horário, seguindo-se os programas *magazines informativos* (29%).

Verificou-se que a *RTP1* diversificou a sua programação informativa em ambos os períodos semanais – dias de semana e de fim de semana –, tendo exibido sete *géneros informativos* durante a semana e aos fins de semana, embora se destaque que a entrevista apresenta-se quase residual (0,3%) no que respeita à duração total dos programas exibidos no fim-de-semana.

Na programação de 2016, o peso horário relativo de cada um dos géneros *informativos* não difere em grande medida por período semanal. São os *magazines informativos* que mais perdem com a chegada do fim de semana, pois representam 54,8 % da duração dos *informativos* exibidos entre segunda e sexta-feira, e 46,3 % de sábados e domingos.

Pelo contrário, atente-se que os *serviços noticiosos* passam de 31,7 % durante a semana para 46,1 % da duração do *macrogénero* no fim de semana. Já os programas de *debate* passam de 7,5 % durante a semana para 0,8 % no fim de semana.

## RTP2

- Assegura **espaços de informação diários** que, de modo contextualizado e aprofundado, desenvolvam o tratamento de matérias da atualidade **nacional, regional e internacional**, nomeadamente culturais<sup>39</sup>.

Em 2016, a *RTP2* exibiu um total de 2172h44m58s de programas de informação, o que representa uma quebra face ao ano precedente, que tinha registado os valores de pico (com 3038h47m02s), de uma tendência de crescimento que vinha a verificar-se desde 2013.

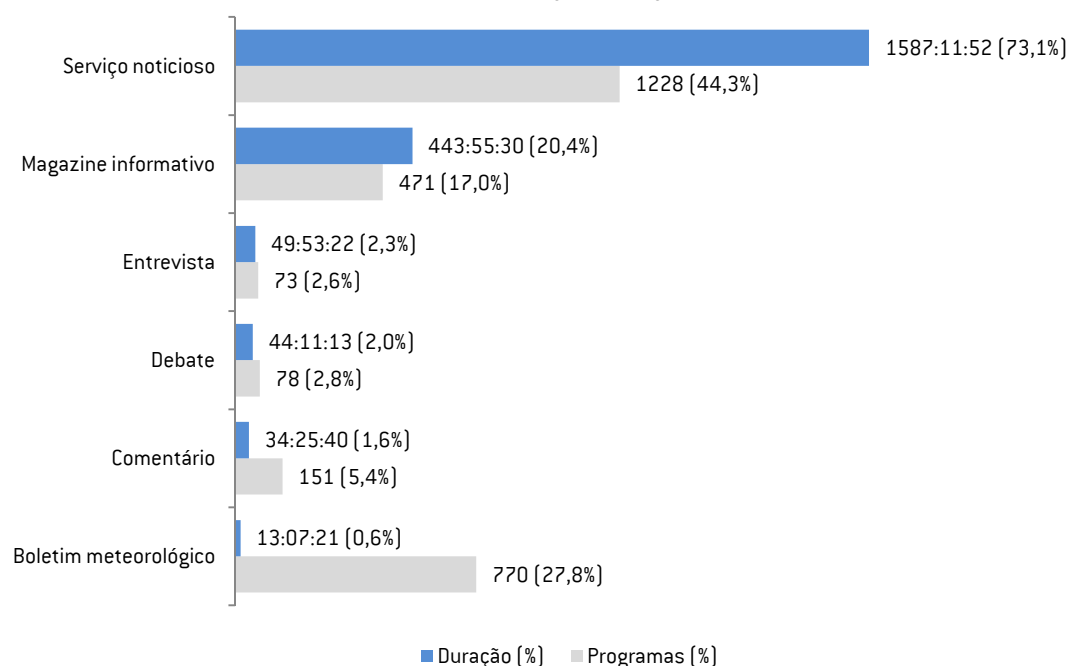
Até 2015 os *informativos* constituíam o *macrogénero* mais destacado em termos da duração total da programação da *RTP2*, superando os *infantis/juvenis* em volume horário. Em 2016 verificou-se a inversão de posições, com o *macrogénero informativo* a surgir em segundo lugar, associado a um quarto do tempo de emissão anual (25,5 %).

Durante o ano em análise, em média, a *RTP2* exibiu quase seis (5h56m11s) horas diárias de programas *informativos* nas suas grelhas de emissão, que de seguida se analisa em detalhe. Em 2015 haviam sido mais de oito horas de transmissão diárias.

<sup>39</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 10.<sup>a</sup>, n.º 8.

Em termos de frequência de programas, foram exibidas 2771 edições correspondentes a este macrogénero, o que representa 11,9 % do total de programas transmitidos, atrás dos macrogéneros *infantil/juvenil cultural/conhecimento*.

**Fig. 15** Frequência e duração dos géneros informativos na RTP2 (2016)



N = 2172h44m58s (n.º total de horas de emissão de *informativos*); N = 2771 (n.º total de *informativos*)

Os *serviços noticiosos* são o género que lidera a programação informativa dedicada aos temas da atualidade nacional e internacional.<sup>40</sup> Com efeito, 73,1 % das horas de emissão dos *informativos* são asseguradas por *serviços noticiosos*, nomeadamente os programas “Euronews”, “Jornal 2” e “Repórter África”, que totalizaram, em 2016, 1587h11m52s e 1228 emissões (44,3%).

Como em anos anteriores, o género *magazine informativo* surge na segunda posição em tempo total de emissão (20,4 %). A importância relativa deste género mantém-se genericamente estável; representa um quinto dos programas informativos. Em termos de número de programas, este género surge em terceiro lugar, ultrapassado pelo boletim meteorológico – cuja importância é, porém, marginal em termos de volume horário. Com efeito, em termos de duração global, destes géneros televisivos os espaços de meteorologia representam menos de um ponto percentual (0,6 %), dada a curta duração que distingue estes dos demais conteúdos informativos.

“Sociedade Civil” é o programa mais relevante entre os *magazines informativos* da RTP2, com um total de 379h24m43s. Este programa cumpre de segunda a sexta-feira a incumbência de promover o debate regular de temas sociais, que tenha em vista a pluralidade e a representatividade das organizações não-governamentais. Registaram-se, em 2016, 207 edições originais e 157 repetições (ainda que com menor frequência, algumas ao fim-de-semana). O programa “Olhar o Mundo” é o segundo *magazine informativo* com maior presença horária na antena da RTP2.

<sup>40</sup> Os programas de informação sobre temas de cultura integram o macrogénero *cultural/conhecimento*, assim como os de atualidade desportiva estão integrados no macrogénero *desportivos*.



Em 2016, como no ano precedente, verificou-se na RTP2 uma proximidade entre os valores de número de edições e de volume horário dos programas de *debate* e dos programas de *entrevista*. Foram exibidos em 2016 78 programas de debate (2,8 %) e 73 de entrevista (2,6 %), valores muito semelhantes aos registados em 2015. Estes géneros acumularam, no caso das entrevistas, 49h53m22s de emissão (2,3 %) – ligeiramente acima dos debates, que somaram 44h53m22s (2,0 %).

“Maria Flor Pedroso Entrevista”, “Conversa Capital” e o novo programa “Afinidades” foram os programas de *entrevista* que, ao promover a divulgação de pontos de vista de um leque alargado de convidados, contribuíram para responder ao dever da RTP2 de exibir conteúdos informativos que, de modo contextualizado e aprofundado, se debruçam sobre temas nacionais, regionais e internacionais.

No caso dos *debates*, não se verificou a estreia de novos programas, assistindo-se à continuidade em antena dos programas “Eurodeputados” e “Parlamento”, em que os representantes dos partidos com assento nos dois parlamentos discutem semanalmente assuntos da atualidade política.

O género *comentário*, com 151 edições em 2016 (5,4 %, o que representa um declínio face a 2015), regista menos de 35 horas no total do ano (1,6 %). O espaço de *comentário* e análise da atualidade é representado por um programa, o espaço autónomo “Página 2”, exibido a seguir ao “Jornal 2”.

Em 2016, voltaram a estar ausentes da emissão da RTP2 programas de *reportagem* e *edições especiais*.

A *noite/madrugada* (23h00-05h59m) continua a ser o período horário com maior preponderância de conteúdos informativos na RTP2, com mais de 1275 horas de emissão das quase 2173 horas totais de programas *informativos* em 2016. Neste período horário os informativos representam 47,8 % do total, sobretudo devido à presença de *serviços noticiosos*. No horário nobre manteve-se, em 2016, a maior concentração do número de edições, 865, logo seguido pelo período da tarde, com 852. No horário nobre, os programas mais frequentes são os *serviços noticiosos* (362) e os *boletins meteorológicos* (351).

Em termos de diversidade, em 2016 houve dois géneros informativos – debate e entrevista – que não figuraram no *horário nobre*. Em contrapartida, apesar da estreita presença dos programas de *comentário*, é no horário nobre que se concentra a totalidade da emissão destes conteúdos, conferindo-lhes maior visibilidade.

No período da *tarde* (13h00-20h00), os *magazines informativos* ocupam mais de metade (55,5 %) da duração dos informativos exibidos durante aquele período horário – uma quebra acentuada, se comparada com os 85,7 % verificados em 2015, sobretudo devido à duração do programa “Sociedade Civil”, encurtado em cerca de meia hora diária.

A análise da programação informativa em função do período semanal indica o domínio dos serviços de notícias, tanto nos dias de semana como nos fins-de-semana. Porém, o seu peso relativo é mais vincado nos fins-de-semana (76,1 % da duração total dos *informativos*, contra 71,8 % aos dias de semana). De segunda a sexta-feira fica mais saliente a presença em antena dos *magazines informativos*, com quase um quarto da duração do *macrogénero* (23,9 %) – ainda que a importância relativa destes tenha decrescido ligeiramente face a 2015 (quando representavam 27,2 %).

A nível de diversidade, tanto durante os dias de descanso semanal como nos dias úteis passaram em 2016 a figurar os seis géneros informativos, o que indicia uma maior diversidade de programação informativa face ao ano anterior. Recorde-se que, em 2015, os programas de *entrevista* apenas figuravam nas grelhas dos fins-de-semana e os programas de *comentário* tinham só presença nos dias de semana.

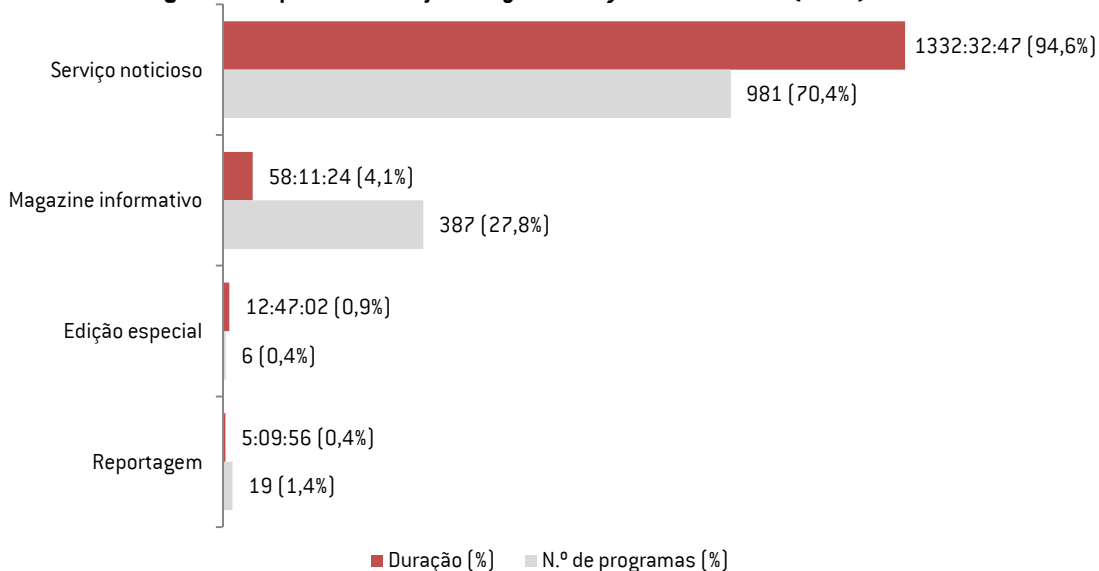
## SIC

- Emitir um mínimo de **três blocos noticiosos diários**;
- Emitir programas de informação dos subgéneros **debate e entrevista, autónomos em relação aos blocos noticiosos diários, com periodicidade não inferior a semanal**<sup>41</sup>.

A análise global da programação da SIC de 2016 mostrou que os *géneros informativos* representam sensivelmente um quarto (23,3 %) do tempo total dos programas exibidos em 2016, equivalendo a 1408h41m09s de emissão.

Em número de programas, as 1393 edições representaram um quinto (20,6 %) da grelha anual da SIC. Comparando com o ano anterior, houve menos edições de programas informativos (menos 14 %), mas as de 2016 foram globalmente mais longas (mais 142 horas e 37 minutos, ou seja cerca de 10% a mais).

**Fig. 16** Frequência e duração dos *géneros informativos* na SIC (2016)



N = 1408h41m09s (n.º total de horas de emissão de *informativos*); N = 1393 (n.º total de *informativos*)

A programação informativa da SIC incluiu em 2016 quatro *géneros* de programas, com o predomínio dos *serviços noticiosos*, com um grande intervalo em relação aos restantes. As 981 (70,4%) edições de *serviços noticiosos* correspondem a 94,6 % do tempo da grelha da SIC dedicada à informação.

A restante programação de informação pertence, sobretudo, ao género *magazine informativo*, que se destaca em frequência de exibição (27,8%), mas não tanto na duração dos programas apresentados. As quase 60 horas de emissão ao longo do ano significam menos de cinco pontos percentuais da duração dos informativos (4,1 %). Este género tem correspondência nos

<sup>41</sup> Deliberação 2/ LIC-TV/ 2007, 20 de dezembro de 2007, alíneas k) e i).

programas: “1 Minuto de Economia”, “Etnias”, dirigido às comunidades imigrantes em Portugal, “Os Europeus” e “Volante”.

As *edições especiais* representaram mais de 12 horas e meia de emissão anual (0,9 %). Em 2016, os seis especiais informativos abertos na antena da SIC destinaram-se ao acompanhamento das eleições presidenciais em Portugal (janeiro), à análise do atentado no aeroporto de Bruxelas (março), ao Campeonato Europeu de Futebol no dia da vitória de Portugal sobre a França e no da chegada da seleção a Portugal (julho), aos incêndios no Funchal, Madeira (agosto) e às eleições presidenciais nos Estados Unidos da América (novembro).

A *reportagem* é a última categoria *informativa* representada autonomamente na programação da SIC<sup>42</sup>. São cinco horas de programas de *reportagem* (0,4 %), essencialmente de “E Se Fosse Consigo?”, uma estreia de 2016 (abril-junho). Com características diferentes da reportagem habitual, o programa com autoria e apresentação da jornalista Conceição Lino confronta pessoas no espaço público com situações fraturantes da sociedade portuguesa, ficcionadas e representadas por uma equipa que capta as reações dos portugueses sem saberem estar a ser filmados, dando o mote ao debate e à análise posteriores desses temas no temático informativo da SIC.

O género também encontra correspondência na cobertura da *Web Summit*, um evento internacional sobre tecnologias da informação que decorreu em Lisboa, em novembro, e teve um minuto diário de informação na SIC, durante os dez dias que antecederam a realização do evento.

A SIC assumiu o compromisso de incluir na sua programação os subgéneros informativos *debate* e *entrevista* com regularidade não inferior a semanal e autónomos em relação aos blocos noticiosos diários. Respeitando estas características, os dois subgéneros não marcaram presença na emissão da SIC em 2016. As seis *edições especiais* do ano tiveram partes de *debate* e/ou de *entrevista*, assim como os noticiários<sup>43</sup>. Porém, como rapidamente se depreende, estes espaços não preenchem os requisitos exigidos aos conteúdos específicos de informação em causa.

Outra exigência aplicada à programação informativa da SIC consiste em, diariamente, contemplar um mínimo de três blocos noticiosos nas suas grelhas de programação.

Os três espaços de noticiário transmitidos pela SIC generalista são, nos dias de semana, o “Edição da Manhã”, entre as 6h00 e as 8h15 (em transmissão simultânea com o serviço de programas SIC Notícias); e diariamente, o “Primeiro Jornal” às 13h00 e o “Jornal da Noite” às 20h00, também emitido no temático informativo.

Em 2016, o somatório destes três programas foi de 981 edições, 365 para cada um dos noticiários diários e 251 para o programa dos dias de semana. A média de exibições fixa-se nas 2,7 diárias, uma proporção que, em termos gerais, não satisfaz a obrigação específica de programação dos operadores licenciados para o exercício da atividade televisiva. Ou seja, de apresentar três edições por dia.

No entanto, estes números merecem algum enquadramento. Em 2016, o “Primeiro Jornal” e o “Jornal da Noite” apenas não foram exibidos numa ocasião cada. A 24 de janeiro, o noticiário das

---

<sup>42</sup> A SIC inclui os espaços regulares de reportagem nos blocos de notícias, como por exemplo “Perdidos e Achados”, “Reportagem Especial” ou “Eu é que sou o Presidente da Junta”, entre outros emitidos em 2016.

<sup>43</sup> No “Jornal das Noites”, por exemplo, há a presença semanal de Luís Marques Mendes, com um espaço de comentário em nome próprio, ou de Miguel Sousa Tavares.

20h00 foi substituído pela “Edição Especial – Presidenciais 2016”, transmitida entre as 19h55m e as 23h30m, um especial de acompanhamento dos resultados das eleições para a Presidência da República Portuguesa. Em 11 de julho, foi a vez de o “Primeiro Jornal” ser trocado pelo “Especial Informação – França Euro 2016: Portugal Campeão”, entre o meio-dia e as 16h48m, para acompanhar a chegada da seleção portuguesa de futebol.

No caso da “Edição da Manhã” constata-se que faz parte das grelhas de emissão de segunda a sexta-feira, excetuando por norma os feriados nacionais<sup>44</sup>. Em 2016, também se registou uma ausência a 9 de novembro, em que a SIC exibiu uma “Edição Especial – A Escolha da América”, entre as 6 horas e as 8h20m, suprimindo o programa matinal para apresentar os resultados das eleições para a Presidência dos Estados Unidos da América. No dia 23 de dezembro, o programa foi substituído por programação infanto-juvenil, antecipando o Natal.

No que respeita à distribuição dos programas informativos nas grelhas de emissão da SIC esta demonstra equilíbrio entre os três períodos horários, com um ligeiro predomínio horário da programação da *manhã* (35,6 %), seguida do *horário nobre* (32,2 %) e da *tarde*, em que a SIC, grosso modo, emite outra terça parte das horas de informação (30,3 %). Nas *noites/madrugadas*, foi exibida uma percentagem residual deste género de programas (1,9 %). A maior diversidade de géneros *informativos* ocorre no *horário nobre*, embora a carga horária do *serviço noticioso* “Jornal da Noite” seja avassaladora (97,5 %). Seguem-se os géneros: *reportagem*, *edição especial* e *magazine informativo*.

Durante as manhãs e as noites/madrugadas verifica-se uma diversidade semelhante de géneros, com a presença de três tipos de programas. Os magazines surgem em ambos os períodos, mas em quadrantes opostos no que toca ao seu peso relativo, ou seja, reúnem 91,9% da duração dos informativos mais tardios e 6,1% da parcela matinal. A maior ocupação horária das manhãs pertence ao *serviço noticioso* (93,2 %), que não existe na *noite/madrugada*. Neste caso, deteta-se a presença da *reportagem*. A terceira categoria encontrada nas duas faixas horárias corresponde a *edições especiais*, que constituem 0,7 % do tempo dos informativos exibidos entre as 6h00 e as 13h00 e 7,5 % das 23h00 em diante.

No horário da *tarde* a informação corresponde ao *serviço noticioso* (99,0 %) “Primeiro Jornal” e a *edições especiais* (1,1 %) sobre o Euro 2016.

Os *serviços noticiosos* têm preponderância em ambos os períodos semanais, sobretudo de segunda a sexta-feira (97,4 %). Aos fins de semana, a sua importância relativa decresce (82,7 %) essencialmente por não ser transmitido o bloco noticioso das manhãs dos dias úteis (“Edição da Manhã”), que cede sobretudo tempo de emissão aos *magazines informativos* (15,4 %).

As *reportagens* foram exclusivas dos dias de semana. De segunda a sexta-feira, assinala-se ainda a presença dos géneros *magazine informativo* e *edição especial*.

---

<sup>44</sup> As exceções foram o dia 26 de maio e o 5 de outubro. No dia de Carnaval e no feriado municipal de Lisboa, 13 de junho, também houve emissão matinal do programa.

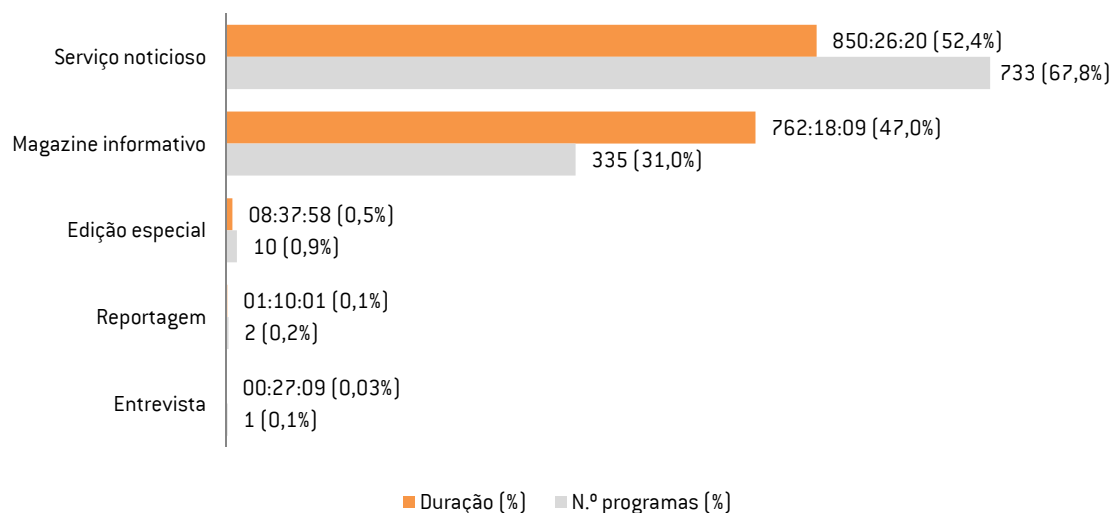
## TVI

- Emitir um mínimo de três **blocos noticiosos diários**;
- Emitir programas de informação dos subgéneros **debate** e **entrevista, autónomos em relação aos blocos noticiosos diários, com periodicidade não inferior a semanal**<sup>45</sup>.

Em 2016, os *informativos* mantêm a sua posição como terceiro *macrogénero* mais expressivo em termos de volume horário na programação da *TVI* (24,1%), com um aumento ligeiro do seu peso percentual face a 2015 (23,7%), num total de quase mais cem horas de informação espalhada ao longo do ano.

Em número de programas, os *informativos* ocupam também a terceira posição, com 1081 exhibições, correspondentes a 17,8% das grelhas de programação da *TVI*.

**Fig. 17** Frequência e duração dos géneros *informativos* na *TVI* (2016)



N=1622h59m37s (n.º total de horas de emissão de *informativos*); N=1081 (n.º total de *informativos*)

A área de programação informativa da *TVI* concentra-se em dois géneros televisivos, os *serviços noticiosos* e os *magazines informativos*, em volume horário e em número de programas exibidos.

Os *serviços noticiosos* são os mais destacados, sobretudo na sua frequência de exibição. Com 733 edições anuais representam mais de dois terços da informação de 2016. Os *magazines informativos*, com 335 edições, agregam quase a totalidade do valor remanescente (31,0%).

Em termos de duração, a clivagem entre os noticiários e os magazines é menos pronunciada – separa-os apenas 5,4 pontos percentuais –, dado o formato habitualmente mais alongado dos segundos. Assim, mais de metade das horas de emissão de programas *informativos* corresponde a *serviços noticiosos* (52,4%), e perto de metade, a *magazines informativos* (47,0%).

A hegemonia destes dois géneros *informativos*, em ambas as categorias de análise, relega para valores infinitamente diminutos os restantes géneros.

<sup>45</sup> Deliberação 2/ LIC-TV/ 2007, 20 de dezembro de 2007, alíneas k) e i].

Com efeito, a presença regular e autónoma de programas de grande reportagem e de entrevista é quase nula na programação da *TVI*, com duas e uma edição, respetivamente<sup>46</sup>.

Assinala-se, ainda assim as oito *edições especiais* exibidas em 2016, que durante 08h37m58s se destinaram a debater e a analisar temas prementes da atualidade, como as eventuais sanções europeias a Portugal, o Brexit e as suas implicações para o futuro da Europa, o sismo em Itália, assim como a eleição de Marcelo Rebelo de Sousa e respetiva tomada de posse.

Tendo por base a tipologia de géneros adotada no presente relatório, entre os *informativos*, em 2016, não fizeram parte das opções de programação da *TVI* quaisquer programas autónomos e regulares de *debate*, de *comentário* ou de informação meteorológica.

No âmbito dos conteúdos de informação, caberia à *TVI* emitir programas dos subgéneros debate e entrevista, autonomizados dos blocos noticiosos diários, com uma periodicidade não inferior a semanal. Por conseguinte, nos dados apurados não se reconhece a concretização desse desígnio.

No contexto das incumbências específicas de programação deste operador licenciado para o exercício da atividade televisiva, também se verifica que apenas foram exibidos dois serviços noticiosos diários – “Jornal da Uma” e “Jornal das 8”. Como se viu anteriormente, o “Jornal das 8”, em janeiro de 2016, foi substituído pelo especial dedicado às eleições presidenciais, reunindo, por isso, apenas 365 edições anuais. O noticiário da hora de almoço teve as 366 edições anuais.

Durante o ano, também foram exibidas duas edições designadas “Notícias”, em 17 e 24 de janeiro, meia hora antes do “Jornal da Uma”, num avanço da informação mais relevante do dia, em simultâneo com a *TVI24*.

Tomando por “blocos noticiosos”, em exclusivo, os *serviços noticiosos* diários, regista-se um número diário insuficiente deste tipo de conteúdos, já que a sua frequência mínima deveria ser de três edições/dia.

Quando se alarga o conceito de “bloco noticioso” aos *magazines informativos* diários de atualidade, que no caso da *TVI* equivale ao “Diário da Manhã”, o rácio sobe para 2,7 programas noticiosos diários. Apesar do incremento, o serviço de programas mantém a inobservância do estipulado relativamente a esta obrigação contratual específica, não assegurando na programação geral de 2016 o compromisso mínimo de três edições diárias.

Ainda que não o atinja genericamente no universo das grelhas de emissão, assinala-se que esta imposição é acatada durante a semana. Ou seja, contabilizados o “Diário da Manhã” e os dois serviços informativos, de segunda a sexta-feira a *TVI* exhibe os três blocos noticiosos diários, constatando-se que é durante os fins de semana e no feriado de 1 de janeiro, uma sexta-feira<sup>47</sup>, que a *TVI* vacila, devido à ausência daquele magazine das suas grelhas matinais de emissão.

---

<sup>46</sup> Ao nível da informação, a opção editorial da *TVI* tem passado pela integração dos espaços de debate, reportagem, entrevista e comentário nos serviços noticiosos e nos magazines informativos. Em 2016, “Repórter *TVI*”, o comentário da jornalista Constança Cunha e Sá ou da eurodeputada Marisa Matias são exemplo de espaços regulares na antena da *TVI*.

<sup>47</sup> Nos restantes feriados de 2016 que calharam em dias de semana a *TVI* não suprimiu o *magazine informativo* matinal das suas grelhas de emissão.

A análise da forma como a informação se agrupa nas grelhas de emissão da *TVI* confirma que 46,8% das cerca de 1622 horas de informação de 2016 foram para o ar durante o horário da manhã, confirmando a extensa duração do género *magazine informativo*, de que o “Diário da Manhã” é o exemplo máximo. Nas manhãs, a *TVI* exibiu um outro magazine, o “Todos Iguais”, com uma edição semanal durante o fim de semana – recorde-se que, em contraponto, o “Diário da Manhã” apenas foi para o ar durante a semana.

A seguir, o peso horário dos informativos distribui-se equilibradamente por dois intervalos de tempo: o período nobre, com 26,7%, e as tardes, com 26,1%.

São sobretudo os *serviços noticiosos* diários que contribuem para esta ordem de grandeza, identificando-se a sua exclusividade entre as 13h e as 20h. À hegemonia do *serviço noticioso* durante a tarde, a *TVI* contrapõe o intervalo horário das 20h-22h59, tornando-o no momento mais propenso à diversificação de géneros de informação – quatro no total.

Foi durante o horário nobre que, em 2016, foram exibidos os únicos programas autónomos de *reportagem* e de *debate* da *TVI*, acompanhados de um conjunto de *edições especiais*.

No extremo oposto, é durante a *noite/madrugada* que se observa a presença mais ténue de informativos, que figuram com 5h41m04s de duração total no ano (0,4%). Neste horário a escolha da *TVI* recai exclusivamente no magazine especializado em automóveis “GTI”, estreado em 2016, com exibição ao fim de semana, num total de 22 edições, e uma edição excepcionalmente a uma terça-feira.

Pelo que já foi sendo dito, ao nível da programação informativa da *TVI* há algumas diferenças entre os conteúdos que preenchem as grelhas dos dias de semana e aqueles que pontuam os fins de semana.

Em termos de diversidade de géneros, aferida pelo número de categorias representadas, os dois períodos equivalem-se, com quatro categorias cada, ainda que algumas tenham uma presença marginal na programação da *TVI* – a única entrevista foi exibida durante a semana, as duas únicas reportagens durante o fim de semana.

Os *serviços noticiosos*, os *magazines informativos* e as *edições especiais* de informação introduzidas pontualmente nas grelhas para fazer o acompanhamento de questões prementes da atualidade de 2016 marcaram presença em ambos os períodos semanais. Ainda assim, quando se comparam os dois períodos, verifica-se que o peso dos noticiários é bastante mais avultado nos informativos de fim de semana (95,4%), do que durante a semana (45,5%), em que partilha o pódio com os *magazines informativos* (54,1%).

## **5. Programas infantis/juvenis – RTP1, RTP2, SIC e TVI**

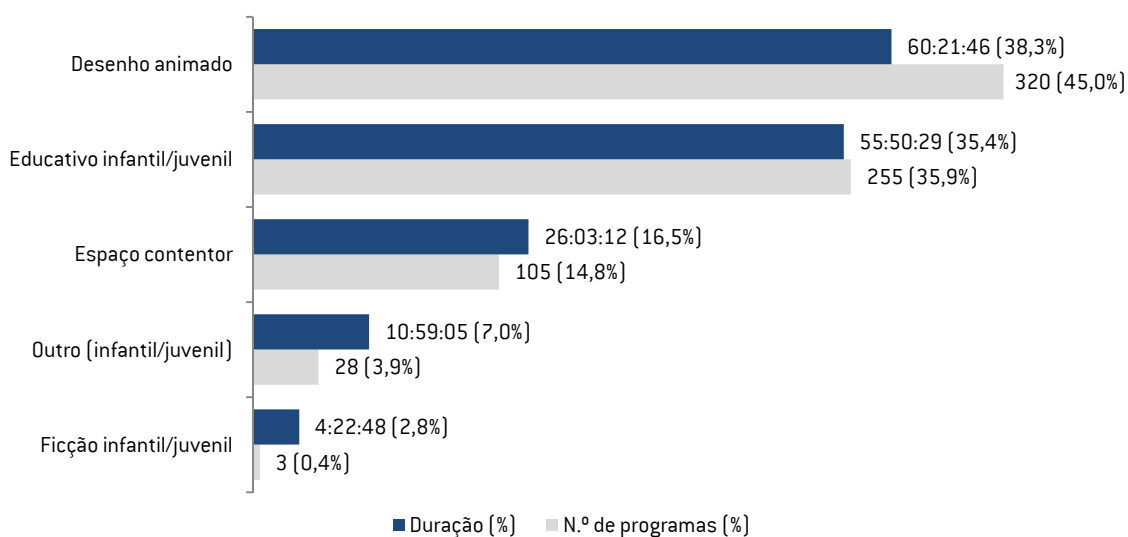
As obrigações de programação dos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre – *RTP1*, *RTP2*, *SIC* e *TVI* – comprometem-nos a dar uma atenção especial aos telespectadores mais novos, razão pela qual definem espaços e tempos específicos nas suas grelhas destinando-os à emissão de conteúdos diversificados para os públicos infanto-juvenis.

## RTP1

- Garantir a produção e transmissão de **programas educativos de entretenimento** destinados ao público jovem e infantil, contribuindo para a sua **formação**<sup>48</sup>;
- **Espaços regulares** de programação **lúdica, formativa e educativa** para o público infanto-juvenil<sup>49</sup>.

O operador público de televisão, nos seus dois serviços de programas – *RTP1* e *RTP2* – tem obrigações especiais na oferta televisiva destinada aos públicos mais jovens. De facto, o CCSVRT prevê que a *RTP1* apresente espaços regulares de programação lúdica, formativa e educativa, como supra explanado.

**Fig. 18** Frequência e duração dos géneros infantis/juvenis na RTP1 (2016)



N=157h37m20s (n.º total de horas de emissão); N=711 (n.º total de programas)

Analisada a grelha de programação de 2016 da *RTP1*, verifica-se que os programas *infantis/juvenis* são apenas os segundos menos expressivos, registando no global 711 edições exibidas e perto de 158 horas de emissão.

Como em anos anteriores, em termos de horário, todos os programas infantis/juvenis foram exibidos de manhã. O fim de semana é o período privilegiado para a exibição deste tipo de conteúdos, sendo que na *RTP1* a esmagadora maioria dos programas é exibida nesse período (99,7 %), dominando igualmente no que respeita ao peso na duração total do *macrogénero* (98%).

Os *desenhos animados* dominam o *macrogénero* em análise, com 38,3 % da duração total, seguindo-se os *educativos*, com 35,4 %. Igual tendência se regista ao nível do número de programas, com os *desenhos animados* a perfazerem, 45% dos programas infantis, seguindo-se os programas *educativos*, com 35,9%.

<sup>48</sup> Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho), artigo 51.º, n.º 2, alínea d).

<sup>49</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, Cláusula 9.ª, n.º 9, alínea e).



Analisando o *macrogénero* quanto às funções, verifica-se que a maioria (64,1 %) dos programas exibidos tem a função de *entreter*, perfazendo 64,6 % da duração total do *macrogénero*. A restante programação *infantil/juvenil* tem a função de *formar*.

O “Zig Zag”, um contentor de conteúdos infantis/juvenis, continua a destacar-se, sendo exibido, em geral, mas manhãs de sábado e domingo.

Verificou-se que a *RTP1* exhibe espaços próprios dentro do contentor “Zig Zag”. Estes espaços incorporam vários pequenos conteúdos sem formato correspondente na grelha, como histórias breves, *clips* musicais, entre outros.

Na sua maioria, estes espaços de programação, com cerca de 15 minutos de duração, não têm genérico ou créditos no final e são identificados apenas pelo separador do contentor. Por esta razão, as grelhas de emissão anuais que são fornecidas pela MediaMonitor para elaboração do presente relatório são omissas na identificação individualizada de cada um desses conteúdos, apresentando-os, como se referiu, num bloco que denominam genericamente como “Zig Zag”.

Optou-se, assim, na presente análise pela utilização da categoria de género *infantil/juvenil* a que se designou de “Espaço contentor”. Com esta opção pretendeu-se evitar uma sobre-representação da categoria *outro (infantil/juvenil)* na análise de 2015, por conta daqueles espaços específicos de programação.

Cumprе sublinhar, por último, que se registaram 105 *espaços contentor* na programação de 2016, cuja duração ascendeu às 26h03m12s de emissão, valor que corresponde a mais de um décimo (14,8 %) de todos os programas *infantis/juvenis* exibidos ao longo do ano, bem como da sua duração (16,5 %).

## RTP2

- Garantir a produção e transmissão de **programas educativos de entretenimento** destinados ao **público jovem e infantil**, contribuindo para a sua **formação**<sup>50</sup>;
- Deve incluir espaços **educativos** e de **entretenimento** diários, destinados ao **público infantojuvenil** e que contribuam para a sua **formação**<sup>51</sup>.

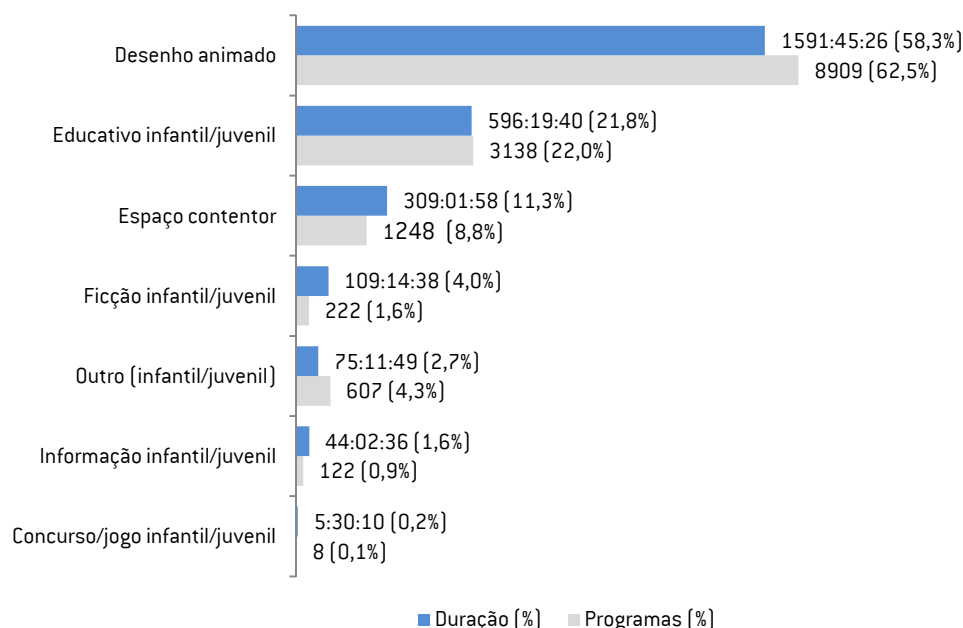
A programação do *macrogénero infantil/juvenil* manteve-se em 2016 como a mais importante nas grelhas de emissão do segundo serviço de programas do operador público de televisão. Ao nível da duração, os *infantis/juvenis* acumularam 2731h06m17s, perfazendo 32,1 % do tempo total dos conteúdos programáticos exibidos pela *RTP2*, ou seja, quase um terço do total de horas de programação emitidas, ultrapassando mesmo os programas *informativos* que até 2015 vinham ocupando o primeiro lugar.

Quanto à análise por número de programas apresentados pela *RTP2*, os *infantis/juvenis* são também a categoria mais relevante das sete analisadas, destacando-se aqui mais das restantes. Neste *macrogénero*, registaram-se 14254 unidades de análise, mais de metade (61,3 %) das edições de programas contabilizadas no total de 2016. Face a 2015 verifica-se mesmo um crescimento (no ano anterior, tinham sido 58,1 % do total de edições de programas).

<sup>50</sup> Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho), artigo 51.º, n.º 2, alínea d).

<sup>51</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 10.ª, n.º 10.

**Fig. 19** Frequência e duração dos géneros *infantis/juvenis* na RTP2 (2016)



N = 2731h06m17s (n.º total de horas de emissão de *infantis/juvenis*); N = 14254 (n.º total de *infantis/juvenis*)

Na RTP2, os *desenhos animados* são o género dominante na programação infantil/juvenil, com mais de metade das horas de emissão (58,3 %) e quase dois terços dos programas (62,5 %). A estes sucedem-se os conteúdos *educativos*, com os 3138 (22 %) programas *educativos infantis/juvenis* exibidos em 2015 a agregarem 596h19m40 de duração total (21,8 %). Os dois géneros *infantis/juvenis* somados representam mais de 80% da extensão horária da programação *infantil/juvenil*, bem como do total de programas.

Os *desenhos animados* contribuem com 1591h45m26s para o volume da função *entreter* (77,0 % do total de horas associadas a esta função, neste macrogénero), ao passo que os *educativos infantis/juvenis* representam a totalidade da duração dos programas *infantis/juvenis* cuja função primordial é a formação dos públicos mais novos.

Globalmente, a função *entreter* predomina nos conteúdos dirigidos aos espectadores mais jovens, com 2067h31m14s (75,7 % do total). *Formar* agrega pouco mais de um quinto do tempo de emissão de programas *infantis/juvenis* (21,8%). *Informar* é a função claramente menos valorizada nestes programas (2,5 % da duração total), com apenas 67h15m23s de tempo de emissão, o correspondente a 204 emissões.

Se a função *entreter* assenta sobretudo nos *desenhos animados*, a função *formar* é assegurada por programas como “Ilha das Cores”, “Testes em Série” “Yohoo e Amigos”, “Martin Ratola”, “Elementos: Aventuras no Micromundo” ou “Nutri Ventures”.

Nos espaços próprios dentro do contentor “Zig Zag” (que em 2016 mantiveram uma expressão constante com a que se havia registado no ano anterior), muitos incorporam uma variedade de pequenos conteúdos, alguns sem formato correspondente na grelha, como histórias breves, *clips* musicais, entre outros.<sup>52</sup> Em 2016, registaram-se 1248 *espaços contentor* na programação de 2015, cuja duração ascendeu às 309h01m58s de emissão (11,3 %).

<sup>52</sup> Na sua maioria estes espaços de programação, com cerca de 15 minutos de duração, não têm genérico ou créditos no final e são identificados apenas pelo separador do contentor. Por esta razão, as grelhas de emissão anuais que são fornecidas pela MediaMonitor para elaboração do presente relatório são omissas na identificação

Na RTP2, os géneros menos expressivos no quadro da programação para os mais novos são *informação infantil/juvenil* e *concurso/jogo infantil/juvenil*. Em 2015, foram exibidas 44h02m36s de *informação infantil/juvenil*, 122 edições; assegurando a obrigação geral de a concessionária de serviço público de televisão garantir a transmissão de programas de carácter informativo para públicos específicos [cf. CCSPT, cláusula 6.ª, n.º 2, alínea e)].

Dada a limitada expressão dos programas de *informação infantil/juvenil*, a função *Informar* foi também a de menor expressão das três identificadas. Nela, destacou-se em 2016 os programas de informação infantil/juvenil “Chic” (com mais de 20 horas de emissão), “50 Graus” e “Magazine Literacia 3D” (cada um a rondar as 10 horas totais de emissão).

Já de concursos, foram 5h30m10s, correspondentes a 8 edições do concurso “Jogos Reais”. *A ficção infantil/juvenil* integra séries e filmes destinados aos mais novos. Em 2016, foram 222 as exibições deste género (1,6 %), perfazendo quase 110 horas de emissão (109h14m38s, correspondentes a 4,0 %). A *ficção infantil/juvenil* surge agregada em rubricas e programas contentor como “Zig Zag”, “Filme de animação” ou “Desalinhado”<sup>53</sup>.

A categoria que reúne os conteúdos não enquadráveis em nenhuma das outras categorias *infantis/juvenis – outro (infantil/juvenil)* – também abrange alguns conteúdos dispersos do contentor “Zig Zag”, tais como “Canção para dormir. Chegou o soninho”, o espaço musical de embalar que encerra a programação infantojuvenil diária. Esta categoria surge, em duração total, na quinta posição, somando 75h11m49s de emissão (2,7%, um decréscimo face aos 6,9 % assinalados em 2015) Foram 607 as exibições classificadas nesta categoria de conteúdos.

A concessão de serviço público de televisão impõe que o segundo canal exiba diariamente programas educativos e de entretenimento para os mais novos, sublinhado que a RTP2 deve privilegiar a formação destes públicos. Em 2016 continua a detetar-se a presença diária do espaço “Zig Zag”, com dois blocos diários, um de manhã e outro à tarde, independentemente do dia de semana. O espaço “Desalinhado” passou a integrar as grelhas da RTP2 no ano 2015, aos dias de semana, ocupando o período do final da manhã, princípio da tarde.

A distribuição das várias categorias de programação infantil/juvenil pelos períodos horários considerados é um dos indicadores de diversidade, por dar a conhecer possíveis períodos de

---

individualizada de cada um desses conteúdos, apresentando-os, como se referiu, num bloco que denominam genericamente como “Zig Zag”.

Dada a profusão deste tipo de conteúdos na programação, optou-se em 2015 pela criação de uma nova categoria de género *infantil/juvenil* a que se decidiu chamar “Espaço contentor”. Com esta opção pretendeu-se evitar uma sobre representação da categoria *outro (infantil/juvenil)* na análise, por conta daqueles espaços específicos de programação.

<sup>53</sup> Com “Desalinhado” a RTP2 oferece aos mais velhos das camadas infantis/juvenis um espaço que agrega programas dos mais variados géneros televisivos. Muitos dos conteúdos exibidos sob o chapéu deste contentor não são destinados primordialmente aos públicos juvenis. São conteúdos que é também possível encontrar nas grelhas de emissão da RTP2 em outros horários, noutros espaços especializados – “Docs” ou “Apresentação Doc”, por exemplo –, com um cunho diferente daquele que lhes é dado quando surgem inseridos em “Desalinhado”.

Para não perder de vista a intenção da RTP2 de, neste período específico, destinar aqueles conteúdos aos públicos até aos 18 anos, optou-se por atribuir a categoria *outro (infantil/juvenil)* a todos os programas aos quais já tivessem sido atribuídas outras classificações de género na programação para o público em geral. Ou seja, dentro de “Desalinhado” privilegiou-se a intenção do programador – espaço para um público jovem –, e não a natureza ou o formato específico do conteúdo programático exibido.

Esta opção implica que um programa possa estar classificado como documentário, surgindo contabilizado na categoria respetiva dos culturais/conhecimento, ao mesmo tempo que, quando é apresentado em “Desalinhado”, lhe é dada a classificação de *outro (infantil/juvenil)*, respeitando a intenção de o operador dirigir, naquele momento, esse mesmo conteúdo às camadas mais jovens da população.

concentração e de escassez de determinados conteúdos e os horários mais propícios à emissão de certas categorias de programas, em conformidade com os seus destinatários preferenciais. A maioria da programação *infantil/juvenil* na RTP2 tem lugar no período da *manhã* (06h00-12h59m), que concentra sete em cada dez horas de emissão destes conteúdos específicos (69,9 %), o correspondente a 1618h54m45s. As *tardes* (13h00-19h59) obtêm a segunda posição, com 37,9 % da duração total preenchida por géneros *infantis/juvenis*. No *horário nobre* (20h00-22h59m) 15,6% do volume horário é ocupado por estes conteúdos, devido ao prolongamento do contentor “Zig Zag” para lá das 20h00 e também à exibição das *séries de ficção infantil/juvenil* “Rapazes do Nada” e “Academia de Dança”.

Em 2016, foram muito marginais as exibições de programas infantis/juvenis no horário da *noite/madrugada*. Foram 6 episódios da série “Estudar em Juilliard School”, com 2h37m46s de duração total, exibidas depois das 23h entre o final de Julho e o início de Setembro, em período de férias escolares.

A segmentação do macrogénero *infantil/juvenil* por período horário é mais um indicador que reforça a visibilidade dos *desenhos animados*, que em todos os intervalos de exibição têm uma presença acima de 50 por cento (salvo no período *noite/madrugada*, em que o único género presente é a *ficção infantil/juvenil*).

Analisando por número de programas, os desenhos animados mantêm a posição maioritária, porém no horário nobre os conteúdos da categoria *outros infantis/juvenis* ganha relevância, representando quase um quarto do número de programas emitidos. Contam para estes números os espaços de embalar já mencionados, “Canção para Dormir. Chegou o Soninho”.

Na desagregação da programação infantil/juvenil por período semanal continua a manter-se o predomínio dos *desenhos animados* e, em segundo lugar, dos *educativos infantis/juvenis*. Ambos são os géneros televisivos mais frequentes e mais extensos nos alinhamentos de emissão, tanto aos dias de semana como aos fins-de-semana. Os dois somados apresentam sempre valores acima dos 75 por cento.

## SIC

- Emitir **diariamente** programas dirigidos ao **público infantil/juvenil**, no período da **manhã ou da tarde**<sup>54</sup>.

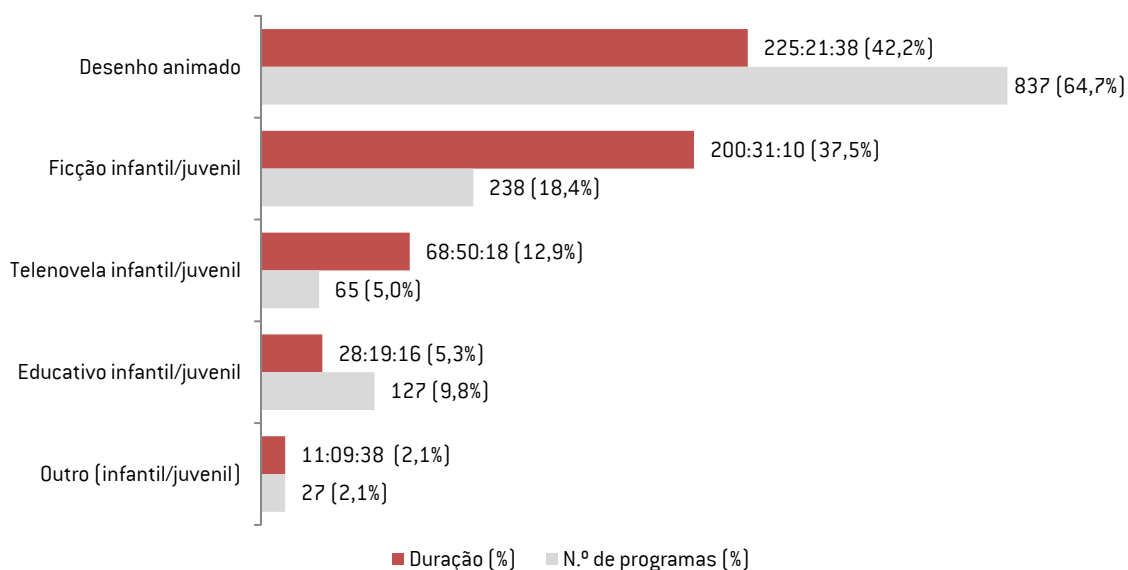
Em 2016, a SIC contemplou nas suas grelhas 534h12m de emissão *infantil/juvenil*, equivalentes a menos de um décimo (8,8 %) das horas de toda a programação apresentada.

Houve uma redução de mais de 100 horas de programas *infanto-juvenis*, em relação às 642 horas emitidas em 2015, apesar do número de programas ter aumentado de um ano para o outro, passando de 1255 para 1294, o que significa que o formato dos programas exibidos em 2016 é mais breve do que os seus antecessores – a perda parece estar relacionada com o recuo do género *telenovela* para esta faixa etária, como se verá adiante.

No ano em análise manteve-se a diversidade de géneros encontrada anteriormente nas grelhas de emissão: *desenho animado*, *educativo infantil/juvenil*, *ficção infantil/juvenil*, *telenovela infantil/juvenil* e *outros infantis/juvenis* não enquadráveis nas restantes categorias.

<sup>54</sup> Deliberação 2/ LIC-TV/ 2007, 20 de dezembro de 2007, alínea m).

**Fig. 20** Frequência e duração dos géneros *infantis/juvenis* na SIC (2016)



N=534h12m00s (n.º total de horas de emissão de *infantis/juvenis*); N=1294 (n.º total de *infantis/juvenis*)

Na programação da SIC, os *desenhos animados* representam mais de dois quintos (42,2 %) da duração total dos *infantis/juvenis*, o correspondente a mais de 225 horas de emissão ao ano. As 837 edições de *desenhos animados* (64,7 %) reforçam ainda mais a proeminência deste género, acentuando a distância relativa em relação ao segundo género: a *ficção infantil/juvenil*.

A *ficção infantil/juvenil* tem uma duração total de 200 horas e 31 minutos de emissão (37,5%), correspondente a um conjunto de exhibições de filmes de animação sobretudo norte-americanos e de séries de várias origens, entre as quais a portuguesa “Uma Aventura”, e que representam um total de 238 edições de programas da SIC para crianças e jovens (18,4 %).

Apesar da presença de cinco géneros, a duração destes dois – *desenhos animados* e *ficção infantil/juvenil* – perfaz a vasta maioria (79,7 %) do tempo de emissão e da frequência de programas (83,1%).

A *telenovela infantil/juvenil* ocupa a terceira posição do tempo de emissão, reunindo mais de um décimo das horas dos *infantis/juvenis* de 2016, concretizadas através da exibição de 45 episódios de “Violetta”, que em 2015 era transmitida sete dias por semana e passou a figurar apenas nos alinhamentos dos fins de semana, tendo terminado no final de maio de 2016. Com a repetição de “Lua Vermelha”, uma telenovela portuguesa de fantasia vampírica dirigida aos jovens, o género totalizou 65 exhibições e 68 horas e 50 minutos de emissão.

Em número de programas, as telenovelas são ultrapassadas pelos *educativos infantis/juvenis*, representando cerca de metade do valor destes. Com 127 edições, os *educativos* são representativos de um décimo da categoria (9,8 %).

Os *educativos* reforçaram bastante o seu tempo em relação a 2015, fixando-se em 28h19m16s de emissão (5,3 %), quando anteriormente significavam apenas 32 minutos das grelhas da SIC. Tal aconteceu pelo aumento da diversidade de programas transmitidos: as duas séries de *desenhos animados* “Manos Kratts” e “Os Contos de Masha”, e a série de animação “Teletubbies”, todos predominantemente formativos. Antes apenas se considerara o programa “Minuto Seguro Kids”.

A diferença entre a proporção de cada um dos géneros no tempo total da categoria e o número de programas confirma que os *desenhos animados* e os *educativos* têm, em média, durações mais curtas do que a generalidade dos programas de *ficção infantil/juvenil*.

Focalizando a análise nas funções principais cumpridas pela programação infantil/juvenil da *SIC*, observa-se que a quase totalidade das 534h12m de 2016 destes conteúdos específicos destinaram-se a *entreter* os públicos mais jovens (94,7%). Metade desse tempo corresponde à emissão de *desenhos animados* (42,2%), surgindo depois a *ficção infantil/juvenil* (37,5%) e as *telenovelas infantis/juvenis* (12,9%). O programa categorizado como *outro (infantil/juvenil)* corresponde a “Prank Patrol”, um registo de apanhados com carácter de aventura, equivalente a 2,1% da função *entreter*.

A programação destinada a *formar* somou 28 horas e 19 minutos (5,3%) e foi garantida pelas séries *educativas infantis/juvenis* indicadas anteriormente.

Resta uma percentagem ínfima (0,02%) correspondente a seis minutos de um programa documental com função de *informar*, um *making of* dos desenhos animados “Dragões: Defensores de Brek”, com entrevistas aos atores portugueses responsáveis pelo trabalho de dobragem das personagens da série.

Prosseguindo a avaliação dos deveres de programação da *SIC* decorrentes da sua licença, constata-se que a emissão diária de programas dirigidos ao público *infantil/juvenil*, de *manhã* ou de *tarde* faz parte desse rol.

Em 2016, a emissão desta categoria de programas continua a concentra-se na parte da *manhã* (87,5% da duração e 96,1% dos programas exibidos), surgindo-se muito raramente no período da *tarde*, de *horário nobre* e da *noite/madrugada*.

No período entre as 6h e as 13h, a *SIC* exibiu programas enquadrados em todos os géneros infanto-juvenis encontrados nas grelhas de 2016: *desenhos animados*, *ficção*, *telenovela*, *educativos* e *outros infantis/juvenis*. Dos restantes horários, apenas constaram programas de *ficção infantil/juvenil* – à tarde essa presença correspondeu a filmes de animação espalhados um pouco por todo o ano, mas com maior incidência nos feriados e verão; essa presença fez-se sentir no *horário nobre* pela altura da Páscoa, do Natal e do Ano Novo.

Em alguns dias de 2016 a programação infantil/juvenil começou a ser exibida ainda antes das 06h00 (alguns episódios de “Uma Aventura”), encaixando-se por isso dentro dos limites horários do período da *noite/madrugada* (23h-05h59). Nestes dias, o espaço *infantil/juvenil* continuou para o período da manhã, com os conteúdos restantes a ficarem classificados neste horário.

Analisando a distribuição dos conteúdos *infantis/juvenis* pelos períodos semanais, verifica-se uma clara concentração da oferta para o público mais jovem nos fins de semana, com grande vantagem em tempo de emissão (87,2%) e do número de programas (95,7%).

Nos fins de semana, o serviço de programas foi mais diversificado no tipo de programação infanto-juvenil apresentada: exibiu 225 horas de *desenhos animados* (48,4%), 135 horas de *ficção infantil/juvenil* (29,0%), 66 horas de *telenovela infantil/juvenil* (14,2%), 28 minutos de *educativos* (6,1%) e 11 minutos de outros programas (2,4%), somando as 465h40m22s de *infantis/juvenis* do período semanal, num total de 1238 exibições.

Os 56 programas emitidos entre segunda e sexta-feira, num total de 68h31m38s de emissão, foram-no sobretudo em feriados que coincidiram com este período semanal ou durante as férias escolares de verão. Neste caso, a maioria do tempo foi dedicado à *ficção infantil/juvenil* (95,8 %), ou seja, a filmes e séries, e o restante a quatro episódios da *telenovela infantil/juvenil* “Violetta”.

Analisada a distribuição da programação infantil/juvenil por períodos semanais afere-se que a SIC integrou conteúdos para os públicos mais novos ao longo de todos os sábados e domingos do calendário de 2016 (105 dias no total), havendo, por exemplo, o registo de dias em que o macrogénero teve 24 edições de diferentes programas infanto-juvenis (7 de agosto) ou mais de 10 horas de emissão (24 de dezembro).

Fora dos fins de semana, os resultados mostram que as grelhas de emissão da SIC são praticamente desprovidas de programação *infantil/juvenil*, com a presença de programas para este público-alvo em apenas 14 dias do ano. Note-se que parte destes dias são classificados como *dias de semana* mas, na verdade, são feriados que calharam entre segunda e sexta-feira, e cuja programação, habitualmente, se assemelha mais à dos fins de semana, por corresponder a um dia de pausa escolar/laboral.

Independentemente deste fator, em 2016, a SIC não conta com a emissão diária, de manhã ou de tarde, de programas dirigidos ao público infanto-juvenil, como a sua licença prevê.

Fez-se já notar em relatórios anteriores que, no final de 2009, a SIC passou a operar um serviço de programas temático de acesso não condicionado com assinatura orientado para o público infanto-juvenil, o SIC K, o que penalizou, até hoje, a oferta deste tipo de programação no canal generalista – o princípio de complementaridade de conteúdos não se lhes aplica –, sobretudo durante a semana, e com algumas oscilações de um ano para o outro. Conforme se referia no início deste ponto, em 2016, o número de horas de emissão dos infantis/juvenis teve um recuo de 108 horas relativamente ao ano anterior, mas em número de programas deu-se um aumento, ainda que ligeiro, de 39 edições.

## TVI

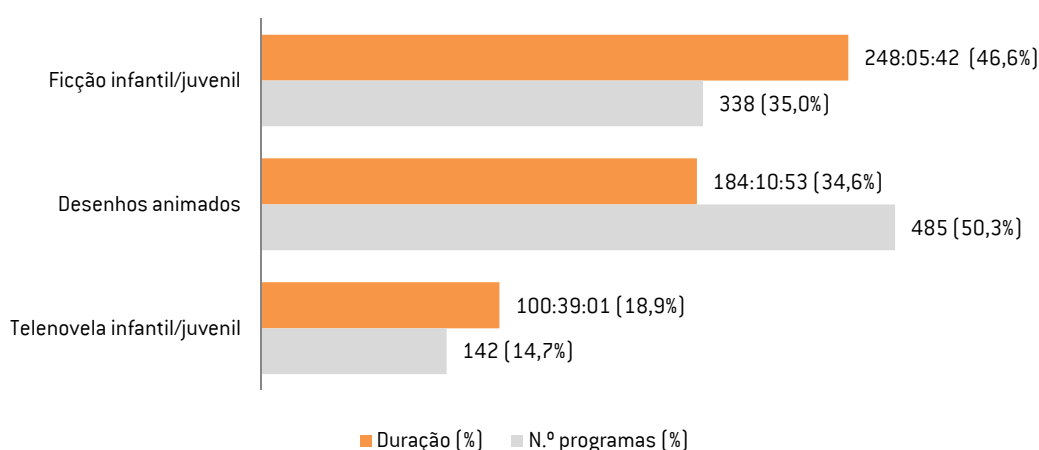
- Emitir **diariamente** programas dirigidos ao público **infantil/juvenil**, no período da **manhã ou da tarde**<sup>55</sup>.

Depois do recuo identificado no ano passado nas grelhas de emissão da TVI, em 2016 a programação destinada aos públicos mais novos regista um incremento na frequência e nas horas de emissão. Ultrapassa mesmo os valores de 2013 e 2014, um biénio em que se assistira a uma certa estabilização do género.

Em 2016, os *infantis/juvenis* apresentam valores na ordem das 533 horas de emissão, acumuladas com a exibição de 965 conteúdos *infantis/juvenis*, distribuídos por três categorias de género: *ficção infantil/juvenil*, *desenhos animados* e *telenovela infantil/juvenil*.

<sup>55</sup> Deliberação 2/ LIC-TV/ 2007, 20 de dezembro de 2007, alínea m).

Fig. 21 Frequência e duração dos géneros infantis/juvenis na TVI (2016)



N=532h55m36s (n.º total de horas de emissão de *infantis/juvenis*); N=965 (n.º total de *infantis/juvenis*)

A *ficção infantil/juvenil* representou perto de metade do tempo total de emissão de conteúdos para o público jovem (46,6%), somando 248h05m42s de emissão, uma ascendência que continua a ser garantida por séries como “Inspetor Max”, “Campeões e Detetives” ou “Detetive Maravilhas”, assim como por ficção integrada em espaços matinais de fim de semana, e alguns vespertinos, de exibição de filmes.

Em termos de duração, o segundo lugar é ocupado pelo género *desenho animado*, com 184h10m53s de emissão, o que representa mais de um terço das horas dos *infantis/juvenis* (34,6%). Destaca-se que este valor corresponde a 485 exibições de um único conteúdo televisivo, o “Winx Clube”, uma série de *desenhos animados*, com episódios de cerca de 22 minutos.

Em número de exibições, os desenhos animados acabam por ser os mais valorizados nas grelhas da TVI, com metade dos registos *infantis/juvenis* de 2016 (50,3%), relegando a *ficção infantil/juvenil* para o segundo posto (35%).

Em terceiro lugar surgem as *telenovelas infantis/juvenis*, que se aproximam de um quinto da duração total dos conteúdos para os mais novos (18,9%) e dos 15 pontos percentuais da frequência de exibição anual da categoria. Entre estas contam-se 103 episódios de “Massa Fresca”, que a TVI estreou em 2016, e 39 de “I Love It”, quatro das quais correspondem a reexibições.

Os *concursos/jogos*<sup>56</sup> e os *educativos infantis/juvenis* são as duas ausências registadas de um ano para o outro. É o desaparecimento de conteúdos educativos para os públicos mais novos que acaba por liquidar a dualidade de funções que existia anteriormente na programação infanto-juvenil da TVI, que, em 2016, passou a ter a função *entretener* como exclusiva.

Globalmente, observa-se que mais de quatro quintos das horas de programação *infantil/juvenil* da TVI foram difundidos durante as manhãs (83,8%), uma tendência registada anteriormente. Com exceção de um programa no horário nobre – 0,1% da duração total e da frequência dos *infantis/juvenis* –, é no período da tarde que a TVI exhibe a restante fatia da programação para os

<sup>56</sup> A TVI exhibe concursos em que participam crianças e adolescentes, como “Masterchef Júnior”, que estreou no ano em análise, e “Pequenos Gigantes”. Optou-se por classificar estes conteúdos fora da categoria dos *infantis/juvenis* por considerar-se que são programas familiares, que também podem agradar aos mais novos mas que não os têm propriamente com público-alvo, considerando desde logo o seu horário de exibição: domingos à noite, terminando às vezes já depois da meia-noite.



mais novos (16,1% da duração e 11,6% dos programas). Em 2016 não se detetou a presença de conteúdos *infantis/juvenis* no horário mais tardio, o da noite/madrugada.

Uma análise mais detalhada por período horário, mostra que as manhãs integram os três géneros *infantis/juvenis* da TVI. A *ficção infantil/juvenil* é o género que se prolonga por mais tempo, secundado de perto pelos *desenhos animados*. O género telenovela para os mais novos surge a uma distância bastante significativa dos demais. Dadas as características específicas dos formatos em causa, em frequência de exibição, os *desenhos animados* ultrapassam a *ficção infantil/juvenil* (56,9% e 38,5%, respetivamente), passando para a posição cimeira neste indicador de diversidade de conteúdos.

A *ficção infantil/juvenil* é o único género emitido nos três blocos horários em que se pôde assistir a programas destinados aos públicos mais novos. Já o género *telenovela* tem exibição em dois horários: durante a tarde, onde é mais consistente, com a exibição de “Massa Fresca”, entre abril e setembro de 2016, a partir das 19h00; e de manhã, com a exibição de “I Love It”.

Note-se que à tarde, a TVI apenas exhibe dois géneros infanto-juvenis – ficção e telenovela –, com uma prevalência vincada deste último tipo de programas.

A distribuição da programação *infantil/juvenil* da TVI por períodos semanais, divididos em dias de semana e de fim de semana, revela que, embora tenha menos dias, é aos sábados e domingos que há tempo e programação destinada aos públicos infanto-juvenis, num rácio de 87,3% de horas de emissão ao fim de semana para 12,7% de segunda a sexta-feira. Em número de programas, nove em cada dez exibidos ao longo de 2016 foram-no nos dias de descanso semanal.

É o género *desenho animado* – com o programa “Winx Clube” – que mais se destaca nos fins de semana (55,6%), seguindo-se a *ficção infantil/juvenil* (37,8%). A TVI também exhibe telenovelas neste período semanal, mais concretamente aos sábados. “I Love It” tem presença exclusiva neste dia, na parte da manhã; “Massa Fresca” integra as grelhas de segunda a sábado, no horário da tarde.

Nos dias de semana a *telenovela infantil/juvenil* sobressai claramente face aos restantes géneros, representando 85,6% das horas de exibição dos programas para os mais novos (valendo 87,6% desses programas). Os segundo e terceiro lugares são ocupados pela *ficção infantil/juvenil* e os *desenhos animados* (13,2% e 1,1% do tempo, respetivamente), este último com apenas duas exibições.

Da confrontação dos dados de 2016 com a imposição da TVI de apresentar programas infanto-juvenis com uma periodicidade diária, nos períodos da manhã ou da tarde, conclui-se que este propósito não foi atingido no ano em análise. É certo que a TVI apresenta programas *infantis/juvenis* quer de manhã quer de tarde, como estabelece a sua licença de emissão. Porém, está longe de o fazer numa base diária, só contando com este tipo de conteúdos em 195 dias, pouco mais de metade daqueles que perfazem o ano de 2016.

## **6. Programas culturais/conhecimento – RTP1, RTP2, SIC e TVI**

A promoção da cultura e do conhecimento é uma das obrigações que os serviços de programas generalistas devem garantir.

Por conta do CCSVRT de televisão, sobre a RTP1 e a RTP2 impendem deveres acrescidos. Os dois serviços de programas devem garantir uma programação de referência, qualitativamente exigente e que valorize cultural e educacionalmente os cidadãos, assim como estimule a

criatividade e a promoção do experimentalismo audiovisual. Genericamente, o CCSPT diz que a RTP1 deve satisfazer as necessidades formativas, informativas, culturais e recreativas do grande público, ao passo que a RTP2 deverá ter uma forte componente cultural e formativa e abertura à sociedade civil.

Aos operadores licenciados SIC e TVI é também requerido, por imposição geral da Lei da Televisão, que contribuam para a formação e informação dos públicos, através da exibição de conteúdos relacionados com a cultura e o conhecimento.

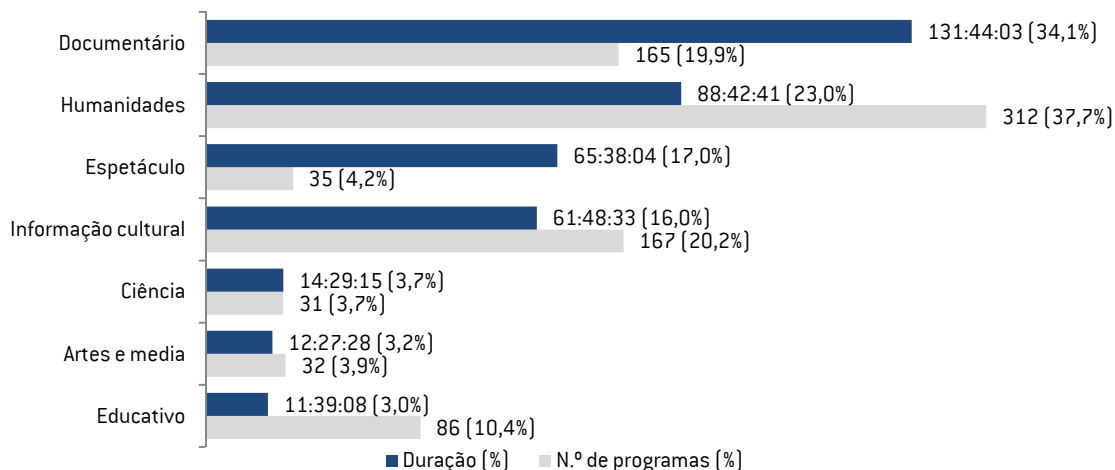
## RTP1

- Transmissão de **programas de carácter cultural**<sup>57</sup>;
- Espaços regulares de difusão de **documentários originais**, focando a realidade **social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística portuguesa**<sup>58</sup>;
- Espaços regulares de **divulgação de obras, criadores e instituições culturais portuguesas**; (...); Espaços regulares com **grandes espetáculos culturais ou artísticos, em direto ou diferido**, designadamente óperas, concertos, peças teatrais, bailados ou outras artes performativas; Espaços regulares dedicados à música portuguesa<sup>59</sup>;
- Periodicidade **semanal** para os programas de **divulgação cultural**; **Mensal**, para os programas de **documentários** (...); **Bimestral**, para os **grandes espetáculos culturais ou artísticos** e para os programas dedicados à música portuguesa<sup>60</sup>.

Em 2016, o campo da cultura e do conhecimento contabilizou 386 horas de programação na RTP1, com a emissão de 828 programas. Estes elementos de programação devem responder às exigências do CCSPT para o primeiro serviço de programas do operador de serviço público de televisão.

A RTP1 exibiu em 2016 conteúdos que correspondem às sete categorias de géneros televisivos de cultura/conhecimento consideradas na análise (figura 22), ilustrando pluralidade neste campo.

**Fig. 22** Frequência e duração dos géneros culturais/conhecimento na RTP1 (2016)



N=386h29m12s (n.º total de horas de emissão de culturais/conhecimento); N=828 (n.º total de culturais/conhecimento)

<sup>57</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 9.ª, n.º 1, alínea c).

<sup>58</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 9.ª, n.º 6, alínea f).

<sup>59</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 9.ª, n.º 9, alíneas a) a d).

<sup>60</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 9.ª, n.º 10, alíneas b) a d).

Em 2016 a maior parcela horária da programação de cultura e conhecimento da *RTP1* continua a ser preenchida por *documentários*, com 131h44m03s, perfazendo cerca de um terço das horas de emissão da categoria (34,1%). Seguem-se os programas de *humanidades*, englobando cerca de um quinto das horas de emissão (23%), e os *espetáculos* (17%).

Em comparação com 2015, o género *humanidades* apresenta um decréscimo. Enquanto no anterior contabilizou 558 edições, em 2016 este número caiu para 312. Ainda assim, é o género que se destaca em primeiro lugar no número de exposições de programas *culturais/conhecimento*, representando 37,7% da amostra.

Os programas considerados *educativos* apresentam uma queda considerável em relação ao ano anterior. Em 2015 a frequência deste género representava 21,2% da categoria. Em 2016, o número caiu para os 10,4% de frequência com 86 programas e apenas perto de 12 horas de duração, quase metade se comparada às cerca de 20 horas emitidas em 2015.

Quanto à duração, à semelhança do ano anterior, os programas educativos ficaram na última posição, de entre os sete detetados na programação da *RTP1*, englobando tão-somente 3% do total.

Depois de verificadas as grandes linhas de programação da *RTP1* em matéria de cultura e conhecimento, importa observar mais pormenorizadamente os conteúdos que consubstanciam as obrigações de programação deste serviço de programas supra detalhadas.

No que diz respeito, por exemplo, aos *espetáculos*, o CCSPRT indica que a *RTP1* deve apresentar regularmente o que define como grandes espetáculos culturais ou artísticos, em direto ou diferido, como óperas, concertos, peças teatrais, bailados ou outras artes performativas e espaços regulares dedicados à música portuguesa.

Em 2016, a *RTP1* exibiu 35 espetáculos, tais como concertos de “David Carreira – Evolution Tour”, e “Anselmo Ralph: Tour Vontade de Vencer”; ou ainda o espetáculo “Jorge Palma & Sérgio Godinho - Juntos”. Entre os *espetáculos*, a *RTP1* também incluiu a tauromaquia e as marchas populares.

No âmbito performativo mais erudito, refira-se a emissão do “Concerto UEFA 2016”, o “Concerto de Natal” e o “Concerto de Ano Novo”.

Numa base regular, o primeiro canal do serviço público de televisão está também obrigado a apresentar *documentários* originais, focados na realidade social, histórica, cultural, ambiental, científica.

A *RTP1* mantém em 2016 a exibição de um conjunto de obras documentais subordinadas a temáticas variadas, tais como o documentário “DOC”, sendo, neste ano, o grande impulsionador do género, com 50 edições em análise.

Vale ressaltar que, diferente de 2016, o decréscimo na exibição do programa “Portugueses pelo Mundo”. Um corte representativo que salta de 72 exposições exibidas no ano anterior para 17 em 2016.

Nas grelhas de programação de 2016 da *RTP1*, são 167 os programas do género *informação cultural*, num total de 61h48m33s de emissão. “Janela Indiscreta”, dedicado ao cinema, e “Todas as Palavras”, sobre a literatura e a língua portuguesa, preenchem o requisito de regularidade semanal para programas de divulgação cultural.

Os programas *culturais/conhecimento* têm *informar* como a sua principal *função*, perfazendo 308h09m10s de duração total, traduzindo-se em 79,7 % do total da categoria, repartidos por 704 edições (85 %).

Em 2016, os dados analisados revelam que os programas da categoria *cultural/conhecimento* de natureza informativa são mais frequentes tanto no número de programas exibidos como também no número de horas de emissão. A função *Informar* ocupa 85% do total de programas do macrogénero *culturais/conhecimento* com a emissão de 308h09m10s. Ao contrário do ano anterior em que esta posição era ocupada pela função *formar*, esta função ocupa 10,7 % do total de programas exibidos e apenas 3,3 % (12h41m58s) do número de horas. Já *entreter*, embora apresente apenas 4,2 % do total de programas exibidos nesta categoria, apresenta maior número de horas exibidas em comparação a função de formar, com 17% das horas (65h38m04s).

A função *formar* é cumprida pela *RTP1* através da exibição de programas tais como “Cuidado com a Língua”, “Portugal: 1975 e agora” ou “A Voz do Cidadão”. A função *entreter* durante o ano de 2016 é assegurada pela transmissão de diversos espetáculos.

No que se refere à distribuição temporal, verifica-se que nas manhãs foram apresentados 222 programas do total de 828 exibidos durante o ano, perfazendo 91h59m06s de emissão (23,8 % do total de duração do género).

No período da noite/madrugada foram exibidos 509 programas (61,5 %), perfazendo 258h04m16s de duração (66,8 %).

Verifica-se ainda que as grelhas de emissão das tardes e de horário nobre acolhem cinco géneros no âmbito dos *culturais/conhecimento*: *documentário*, *educativo*, *espetáculo* e *humanidades*.

Diferente de 2015 em que os *espetáculos* ocupavam cerca de 20 % das horas de emissão dos *culturais/conhecimento* do período da tarde e 66 % dos de horário nobre, em 2016, nota-se um relevante decréscimo deste género. No período da tarde, apenas 7,3 % das horas de emissão é dedicada aos espetáculos e no horário nobre, 29,5%.

À semelhança da programação de 2015, nas manhãs, consideradas das 06h00 às 13h00, são os *documentários* o género que ocupava maior espaço nas horas de emissão (40,2 %), seguindo-se a *informação cultural* (26,1 %).

Analisado o período semanal da oferta televisiva da *RTP1* em matéria de programação *cultural/conhecimento*, verifica-se que a maior incidência nos dias da semana, em que representam cerca de dois terços do total de programas do género exibidos (513 edições; 62 %) e da duração dos mesmos (228h08m36s; 59 %).

Como no ano anterior, durante a semana os programas de *humanidades* continuam a ultrapassar os demais em número de exibições (57,3 % desta variável), seguindo-se os documentários (com 17,3%). Do mesmo modo, as *humanidades* permanecem em primeiro plano em relação a duração global (34,2 %) e os *documentários* como os segundos mais proeminentes da categoria, com 31,2% do total horas de exibição da programação *cultural/conhecimento*.

Nos fins de semana a *informação cultural* domina em número de exibições (36,8 %), seguindo-se os documentários (com 24,1 %). Esta sequência inverte-se no que respeita à duração, na

medida em que se destacam os *documentários* (com 38,2 % do total de horas exibidas aos fins de semana), secundados pela *informação cultural* (23,9 %).

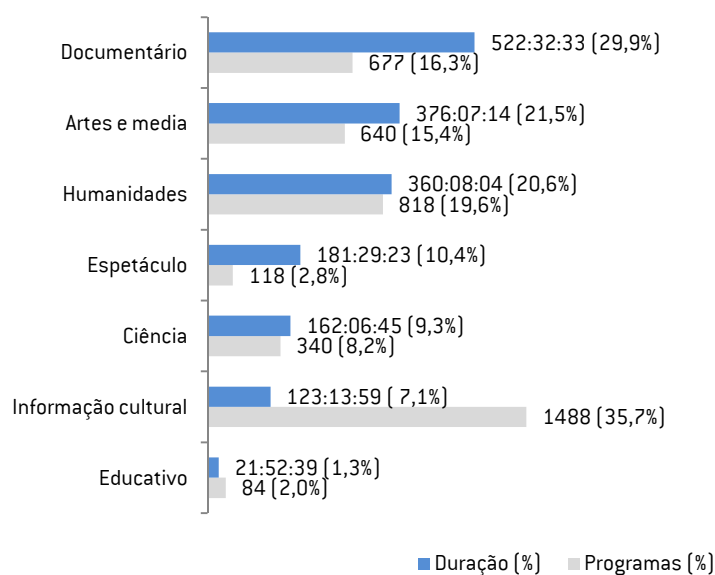
## RTP2

- Compreende uma programação de **forte componente cultural e formativa**, aberta à **sociedade civil**<sup>61</sup>;
- Assegurar de forma coerente uma **programação cultural de qualidade e distinta** dos demais serviços de programas televisivos de serviço público, em conformidade com o Projeto Estratégico a submeter pelo Conselho de Administração ao Conselho Geral Independente e a aprovar por este<sup>62</sup>;
- Constituir uma **alternativa** à oferta da *RTP1*, bem como **às ofertas de programação cultural do mercado**, difundindo conteúdos audiovisuais que confirmam **visibilidade a temas, causas e ideias com interesse para segmentos diversificados do público** e que desta forma constituam um meio complementar de cumprimento da vocação universal do serviço público<sup>63</sup>;
- Conceder particular relevo na sua programação ao princípio da **inovação**, privilegiando a **criatividade, a originalidade e o sentido crítico**<sup>64</sup>;
- Valorizar a **educação, a ciência, a investigação, a saúde, a ação social, a igualdade de género, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar, as confissões religiosas, o ambiente e a defesa do consumidor**, entre outros, com abertura à **participação das entidades** correspondentes na sua programação<sup>65</sup>.

Em 2016, a *RTP2* exibiu 4165 programas classificados no macrogénero *cultural/conhecimento*, correspondentes a 1747h30m37s de emissão anual.

A programação de cariz *cultural/conhecimento* distribui-se por sete géneros, como ilustra a figura abaixo.

**Fig. 23** Frequência e duração dos géneros culturais/conhecimento na RTP2 (2016)



N = 1747h30m37s (n.º total de horas de emissão de *culturais/conhecimento*); N = 4165 (n.º total de *culturais/conhecimento*)

<sup>61</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 10.ª, n.º 1.

<sup>62</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 10.ª, n.º 2.

<sup>63</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 10.ª, n.º 3.

<sup>64</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 10.ª, n.º 4.

<sup>65</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 10.ª, n.º 5.

A distribuição da programação no macrogénero *cultural/conhecimento* revela *nuances*, conforme o indicador que se opte por analisar: a partir da análise da duração total, os *documentários* são os mais relevantes, com 522h32m33s (29,9 %). Quando o foco incide na frequência de exibição, os programas de *informação cultural* são os mais valorizados, tendo sido registadas 1488 unidades no alinhamento anual (35,7 %), sobretudo decorrentes da exibição do programa de pequeno formato “Folha de Sala”, com 1175 edições (que substituiu o “Cartaz Cultural”). Porém, em termos de duração, este género de programas tem importância drasticamente mais baixa, figurando na sexta e penúltima posição (7,1 %), apenas acima dos educativos.

Em termos de duração, no encaço dos *documentários* surgem os conteúdos programáticos de *artes e media* (21,5 %) e de *humanidades* (20,6 %). Aliás, estas três categorias podem em certa medida ser lidas de forma complementar, na medida em que alguns dos conteúdos classificados sob *artes e media* e *humanidades* poderiam, pelo formato, ser classificados como *documentários*.<sup>66</sup>

Os *espetáculos* exibidos em 2016, com 181h29m23s de emissão, representam o quarto género mais extenso na programação cultural da RTP2 (10,4 %), seguidos pelos programas de *ciência* (9,3 %). Em termos relativos, estes dois géneros não observaram qualquer mudança nas posições ocupadas entre 2015 e o presente ano.

Os programas *educativos*, com 21h52m39s (1,3 %), são os menos exibidos na classe de programas *culturais/conhecimento*, com 84 edições (2,0 %).

Os programas *culturais/conhecimento* da RTP2 têm como missão *informar, entreter e formar* os públicos. *Informar* lidera claramente em ambos os indicadores de análise, duração total e número de programas. Das 1747h30m37s de emissão somadas pelos programas de cultura e conhecimento, 1363h30m18s (78 %) cumprem a função predominante de *informar* os espectadores da RTP2, o correspondente a 3618 programas (86,9 %). Os géneros *documentário*, *artes e media* e *humanidades* são os que mais concorrem para a importância da função *informar*, correspondendo a 79,8% do volume horário associado a esta função.

A função *formar* surge em segundo lugar; quanto à duração, ela corresponde a 200h19m28s (11,5 %), ficando assim com uma pequena vantagem face à função *entretter* (10,5 %), com as suas 183h40m51s de emissão. Quanto ao número de programas, são 399 (9,6 %) os que têm função principal de *formar*, ao passo que com a função *entretter* se registam 148 (3,6 %). A função *entretter* encontra-se associada à exibição de *espetáculos*; a função *formar* encontra expressão nos programas de *humanidades* e nos de *artes e media* (como por exemplo “Visita Guiada”).

No ano de 2016 a programação de *cultura/conhecimento* voltou a dispersar-se por todos os períodos do dia, com maior concentração de horas de emissão na noite/madrugada (936h33m51s) e, em seguida, nas manhãs (400h39m44s).

Todos os géneros *culturais/conhecimento* estão representados, em maior ou menor grau, nos distintos períodos horários considerados, confirmando mais uma vez a diversidade e a regularidade deste género de programação na antena da RTP2.

---

<sup>66</sup> Considerando exclusivamente o formato, alguns dos programas classificados como *humanidades* e *artes e media*, assim como *ciências*, também são conteúdos documentais, podendo ser classificados formalmente como *documentários*. No entanto, para melhor traduzir a diversidade de programação, nos casos em que a temática de um dado programa se enquadra num dos géneros indicados entendeu-se privilegiar esse enquadramento, em detrimento do formato genérico do programa.

Atendendo às horas de emissão constata-se que os *documentários* passaram em 2016 a ser mais presentes no horário da manhã (onde representam 49,5 % do total de horas) e também no período da *tarde* (24,1 %), onde surgem as *humanidades em segundo*, a *curta distância* (23,3 %). No *horário nobre* dá-se uma inversão e dominam as *humanidades* (35,6 %), seguidas pelos *documentários* (29,6 %). De madrugada, dominam os programas de artes e media (28,6 %) e a seguir surgem os *documentários* (22,7%). Ao nível da frequência de exibição, o formato conciso da *informação cultural* torna-a soberana à tarde (66,7%) e no horário nobre (54,5 %).

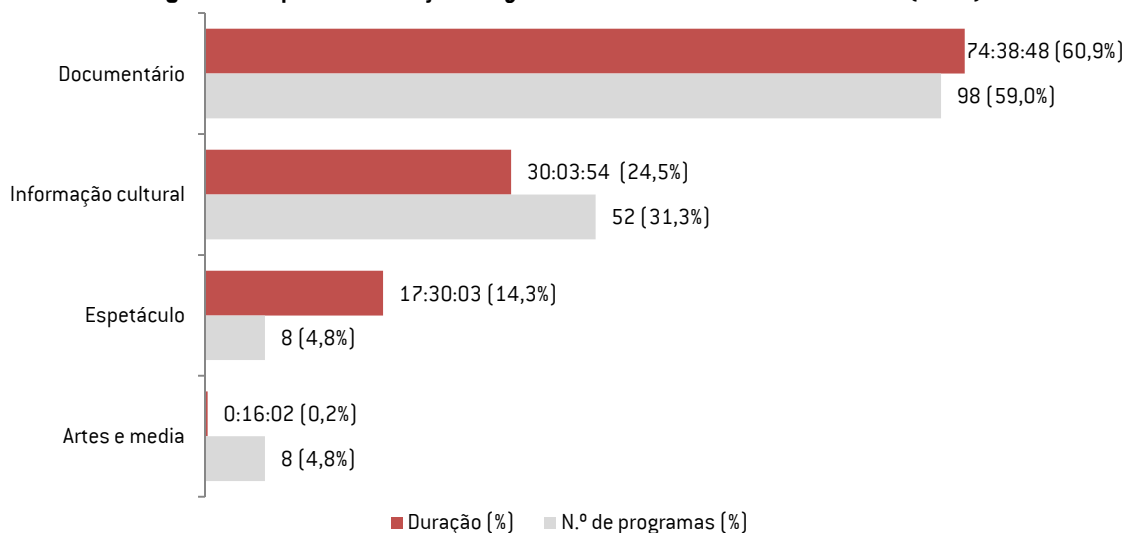
A análise dos *culturais/conhecimento* por períodos da semana revela que todos estão presentes quer nos dias úteis, quer aos fins-de-semana. Os valores de *documentários* são bastante contrastantes em função do período semanal: a sua importância relativa durante a semana (35,5 %) também decresce quando se analisa as grelhas de sábado e domingo (19,0 %). As disparidades também se verificam com a importância relativa que as *humanidades* assumem aos dias de semana (24,7 % do tempo total dentro do macrogénero), que cai para cerca de metade ao fim-de-semana (12,6 %), e com os *espetáculos* que, pelo contrário, não chegam a um ponto percentual de segunda a sexta mas ao fim-de-semana são quase um terço dos programas *culturais/conhecimento* (29,1 %). A mesma tendência se observa nos programas de ciência, cuja expressão é maior aos fins-de-semana (14,6 %) que no resto da semana (6,5 %).

## SIC

- Contemplar na sua programação os **interesses gerais e diversificados do público**, incluindo grupos minoritários, étnicos, religiosos, **culturais** e sociais<sup>67</sup>;
- Emitir programas de natureza **cultural e formativa**, nomeadamente, obras de criação **documental, teatral, cinematográfica e musical, depois das 23 horas**, em horário de **audiência não reduzida** e com periodicidade **regular**<sup>68</sup>.

A categoria de programação *cultural/conhecimento* contempla 122h28m47s de emissão e 166 edições de programas do universo das grelhas anuais de emissão da SIC.

**Fig. 24** Frequência e duração dos *géneros culturais/conhecimento* na SIC (2016)



N=122h28m47s (n.º total de horas de emissão de *culturais/conhecimento*); N=166 (n.º total de *culturais/conhecimento*)

<sup>67</sup> Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro de 2007, alínea h). Ver também Deliberações 1/LIC-TV/2012 e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro.

<sup>68</sup> Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro de 2007, alínea n). Ver também Deliberações 1/LIC-TV/2012 e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro.

No quadro da programação subordinada às áreas da cultura e dos saberes e conhecimento, em 2016, a SIC exibiu sobretudo espaços regulares de séries documentais sobre ambiente, natureza, vida animal, oceanografia e pescas (“Vida Selvagem”, “O Nosso Mundo” e “Retorno ao Mar”) e uma única exibição de um documentário sobre a vida do Papa Francisco.

Os *documentários* reúnem aproximadamente 75 horas de emissão anual, atingindo dois terços da duração total da categoria (60,9%). Com quase uma centena de exibições ao longo do ano, este género também se aproxima dos dois terços do número de programa de 2016 do género *cultural/conhecimento*.

O programa semanal “Cartaz Cultural” dá corpo à totalidade da categoria *informação cultural*, a segunda mais relevante de 2016, com 30 horas emitidas, quase um quarto (24,5 %) do total dos *culturais/conhecimento*. As 52 edições atribuem ao género quase uma terça parte dos conteúdos em análise.

O “Cartaz Cultural” tem uma linha editorial transversal às várias linguagens artísticas, incluindo o teatro, o cinema e a música, sobretudo através da divulgação de uma agenda de eventos.

Aos dois géneros supramencionados juntam-se emissões isoladas de *espetáculos* de teatro de revista, de circo e de homenagem ao ator António Feio e a cerimónia de entrega dos prémios da academia norte-americana de cinema. Foram contabilizados oito *espetáculos*, com 17 horas e meia de presença nas grelhas da SIC (14,3 %).

Os oito programas de *artes e media* registaram a menor proporção de tempo dos *culturais/conhecimento* da SIC, equivalendo à transmissão de um breve magazine de moda sobre os bastidores e os desfiles do “Portugal Fashion” relativos à apresentação das coleções primavera-verão e outono-inverno de criadores nacionais (em março e outubro). Estes programas, que foram exibidos de madrugada, tiveram uma duração total de apenas 16 minutos (0,2%).

Considerando em termos gerais os programas classificados na categoria dos *culturais/conhecimento*, num total de 166 edições de programas exibidos em 152 dos 366 dias de 2016 (ano bissexto), o cenário não se mostra muito animador.

Os *culturais/conhecimento* são exibidos em dois períodos horários, de *manhã* e na *noite/madrugada*. A maior incidência horária destes conteúdos acontece no período da *manhã*, que concentra mais de metade (57,6 %) da duração total da categoria, com a presença de dois géneros, maioritariamente *documentários* (94,4 %).

A outra fatia dos *culturais/conhecimento* integra-se na *noite/madrugada*, momento em que a SIC contempla os quatro géneros da categoria em análise. Nesse período, os programas de *informação cultural* são os mais marcantes, quer em duração (57,9%) quer em número de programas (69,3 %), mas a sua exibição acontece já muito perto das 02h00.

Nas *tardes* e no *horário nobre* não são exibidos programas enquadrados na categoria que agrega os conteúdos dedicados aos temas da cultura e conhecimento.

Na distribuição pelos períodos semanais, verifica-se que mais de dois terços da carga horária dos programas desta categoria estão concentrados nos sábados e domingos (68,3%), correspondendo à exibição semanal dos *documentários* que têm início pelo meio-dia, antecipando o serviço noticioso da hora de almoço. Nesse período, em outubro, a SIC estreou aos domingos uma série de *documentário* de produção nacional, “Retorno ao Mar”, sobre



investigação científica e pescas, «promovida pelo Fórum Oceano e realizada por Francisco Manso», com transmissão até ao fim de novembro.

Apesar da carga horária dos *documentários* nas manhãs dos fins de semana, é aos dias de semana que a SIC apresenta uma maior diversidade de *culturais/conhecimento*, com a presença dos quatro géneros detetados no conjunto da sua programação, quando durante os fins de semana apenas figuram dois (além dos *documentários*, são exibidos *espetáculos*, com uma presença incomparavelmente menor: 97 edições de um e cinco de outro).

Durante os dias de semana, os *documentários* cedem a sua posição a outros géneros – fora dos fins de semana foi exibido apenas um programa documental, e mesmo assim num dia feriado (3,1% da duração). Entre segunda e sexta-feira são os programas de *informação cultural* que se superiorizam em horas de emissão (77,4%) e em frequência (81,3%), seguidos a larga distância pelos *espetáculos* (18,8% e 4,7%). O género *artes e media* também teve presença neste período semanal, muito residualmente (0,7%).

Ainda sobre os conteúdos da categoria *cultural/conhecimento* de 2016 constata-se que a função *informar* é a mais valorizada: as 105 horas acumuladas pela função representam a quase totalidade da duração total dos mesmos (85,7%). Os oito *espetáculos* acima referidos cumprem em exclusivo a função *entreter*, completando a variedade das *funções* veiculadas na SIC por esta corrente programática (v. Anexo III – Figuras).

A licença de emissão atribuída a este operador privado estabelece que a SIC está incumbida de emitir programas de natureza cultural e formativa, que contemplem a criação documental, teatral, cinematográfica e musical, depois das 23 horas, em horário de audiência não reduzida e com periodicidade regular.

Como se viu, os programas sob a categoria de *culturais/conhecimento* da SIC respondem a esta obrigação sobretudo com a difusão de *documentários*. Quanto à criação teatral e musical, a programação da SIC de 2016 é bastante limitada na sua oferta. Ressalve-se as transmissões do Festival de Circo de Monte Carlo, da peça de revista “Portugal à Gargalhada”, do espetáculo “Quem Feio Ama” e da entrega dos prémios maiores do cinema norte-americano. Também aqui não sai satisfeita a exigência de regularidade estabelecida para este tipo de programação, por exemplo, pela ausência de concertos em 2016.

## TVI

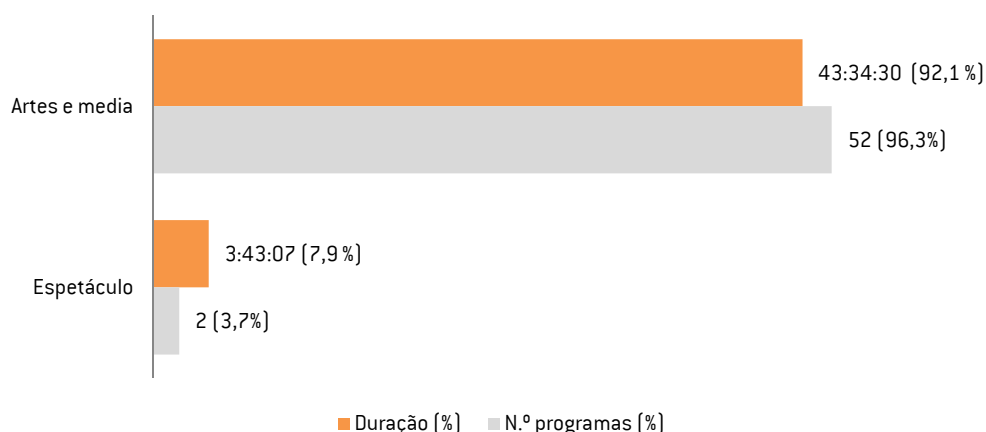
- Contemplar na sua programação os **interesses gerais e diversificados do público**, incluindo grupos minoritários, étnicos, religiosos, **culturais** e sociais<sup>69</sup>;
- Emitir programas de natureza **cultural e formativa**, nomeadamente, obras de criação **documental, teatral, cinematográfica e musical, depois das 23 horas**, em horário de audiência não reduzida e com periodicidade **regular**<sup>70</sup>.

Em 2016, a TVI exibiu acima de 47 horas de programas enquadrados na categoria *cultural/conhecimento*, resultantes da emissão de 54 edições de programas distribuídos por dois géneros televisivos.

<sup>69</sup> Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro de 2007, alínea h). Ver também Deliberações 1/LIC-TV/2012 e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro.

<sup>70</sup> Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro de 2007, alínea n). Ver também Deliberações 1/LIC-TV/2012 e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro.

**Fig. 25** Frequência e duração dos géneros culturais/conhecimento na TVI (2016)



N=47h17m37s (n.º total de horas de emissão de *culturais/conhecimento*); N=54 (n.º total de *culturais/conhecimento*)

*Artes e média* continua a ser o género predominante nos conteúdos culturais da TVI, quer em duração (92,1%), quer em número de programas (96,3%).

Este género tem equivalência na exibição semanal do programa “Autores”, produzido em parceria com a Sociedade Portuguesa de Autores (SPA). Ao abordar temas ligados ao panorama cultural e artístico nacional, juntando autores portugueses em diversas das áreas, desde a literatura, à música, passando pelo cinema, o teatro e a dança, este programa concretiza a exigência de transversalidade dos conteúdos culturais que surge enunciada na licença de emissão do operador.

Em 2016, este programa semanal, de 50 minutos, contou com 52 edições, que foram para o ar durante a semana<sup>71</sup>, no período da *noite/madrugada*, em média, após a 1h30 da manhã.

Em 2016 foram ainda apresentados dois *espetáculos* de música nas grelhas de emissão da TVI, que acrescentaram 3h43m07s de duração à categoria *cultural/conhecimento*. Esses espetáculos foram: “Concerto a Única Mulher” e “Marco Paulo: Tour 50 Anos”, ambos com exibição no mês de dezembro. O primeiro foi exibido no período da *noite/madrugada*, tendo tido início à meia-noite, no feriado de 8 de dezembro; o segundo concerto foi para o ar na tarde do dia de Natal, a partir das 14h20.

Atendendo aos conteúdos programáticos que preenchem a categoria *artes e média*, em 2016, considera-se que estes programas da TVI têm, essencialmente, a missão de *informar* e *entretêr* os públicos, com a primeira função associada ao programa que resulta da parceria com a SPA<sup>72</sup>, e a segunda a manifestar-se por via dos *espetáculos*.

A TVI tem por missão exibir obras de criação documental, teatral, cinematográfica<sup>73</sup> e musical, depois das 23h00, em horário de audiência não reduzida, e com periodicidade regular, sendo

<sup>71</sup> Normalmente nas grelhas das quintas-feiras, mas com uma exceção, em 4 de setembro em que foi para o ar durante o fim de semana.

<sup>72</sup> O programa foi reavaliado em termos da sua função principal, optando-se pela função *informar* em vez de *formar*, que anteriormente lhe havia sido atribuída.

<sup>73</sup> Na presente análise, este tipo específico de conteúdo é enquadrado na categoria *ficção*, já quando os programas são sobre este tipo de conteúdos – crítica e cartaz de cinema, história do cinema, documentários sobre filmes, atores, realizadores, entre outros – são classificados na categoria *cultural/conhecimento*.

que essa programação deve responder aos interesses gerais e diversificados dos públicos, incluindo grupos culturais distintos.

Os valores de 2016 evidenciam que, à exceção do concerto da tarde do dia de Natal, todos os conteúdos culturais da TVI foram exibidos entre segunda e sexta-feira, mesmo durante os feriados anuais, após as 23h00, no período da noite/madrugada mas já em horário de audiência reduzida.

O único programa de índole cultural com presença regular nas grelhas da TVI foi para o ar todas as semanas do ano, somando as já mencionadas 52 edições de “Autores”.

Assim, as grelhas da TVI são pouco diversificadas no que respeita aos conteúdos culturais/conhecimento, não respondendo satisfatoriamente às exigências estabelecidas.

## 7. Programas destinados à promoção da diversidade cultural e interesses de grupos minoritários – RTP1, RTP2, SIC e TVI

### RTP geral (RTP1 e RTP2):

- Fornecer uma **programação variada e abrangente**, que promova a **diversidade cultural** e tenha em conta os **interesses das minorias**<sup>74</sup>;
- Garantir a transmissão de **programas de carácter cultural, educativo e informativo** para públicos específicos, incluindo os que compõem as **diversas comunidades imigrantes em Portugal**<sup>75</sup>;
- A possibilidade de **expressão e debate** das **diversas correntes de opinião, designadamente** de natureza política, **religiosa** e cultural<sup>76</sup>;
- Fornecer uma **programação variada, diferenciadora e abrangente**, que **promova a diversidade cultural e tenha em conta os interesses das minorias**<sup>77</sup>;
- Garantir que os **espaços de informação** dos serviços de programas contribuem para a **sensibilização dos públicos para as questões da integração**, igualdade de género, **coesão social** e **interesses das minorias**<sup>78</sup>;
- Emitir programas destinados especialmente aos portugueses residentes fora de Portugal e aos **nacionais de países de língua portuguesa**<sup>79</sup>;
- Ceder **tempo de emissão às confissões religiosas**<sup>80</sup>.

### RTP2:

- Valorizar a educação, a ciência, a investigação, a saúde, a ação social, a igualdade de género, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar, **as**

<sup>74</sup> Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho), artigo 51.º, n.º 2, alínea a).

<sup>75</sup> Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho), artigo 51.º, n.º 2, alínea e).

<sup>76</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 4.ª, n.º 2, alínea f).

<sup>77</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 6.ª, n.º 2, alínea a).

<sup>78</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 6.ª, n.º 2, alínea f).

<sup>79</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 6.ª, n.º 2, alínea k).

<sup>80</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 6.ª, n.º 2, alínea n).

**confissões religiosas**, o ambiente e a defesa do consumidor, entre outros, com abertura à participação das entidades correspondentes na sua programação.

**SIC e TVI:**

- Contemplar na sua programação os **interesses gerais e diversificados do público**, incluindo **grupos minoritários, étnicos, religiosos, culturais e sociais**<sup>81</sup>.

A análise anual da diversidade da programação dos serviços de programas generalistas *RTP1*, *RTP2*, *SIC* e *TVI* inclui o capítulo seguinte, específico sobre a promoção da diversidade cultural e dos interesses de grupos minoritários presentes na sociedade portuguesa, em que se procura retratar, em traços largos, os programas especialmente vocacionados para estes públicos tão diversificados.

Os resultados apurados reportam-se a todos os programas exibidos em 2016 cujas temáticas e público-alvo são as diferentes comunidades imigrantes residentes em Portugal, assim como aqueles programas em que se identifica claramente que o objetivo é o de representar e/ou dar voz a grupos minoritários habitualmente excluídos ou marginalizados dos palcos mediáticos, favorecendo uma sociedade mais inclusiva e refletindo a diferença e a multiculturalidade crescente nas sociedades contemporâneas.

Parte-se de um entendimento de grupos minoritários em sentido lato, incluindo-se na análise todos os programas que abordem diretamente temáticas sobre minorias étnicas, culturais, religiosas e sociais.

Esta opção não dá conta de edições específicas de programas que, em 2016, possam ter aflorado questões ligadas a grupos minoritários, como por exemplo reportagens ou entrevistas em serviços noticiosos, ou outros. Isto porque, dado o volume de programas exibidos ao longo de um ano em cada um dos serviços de programas analisados, torna-se impraticável verificar exhaustivamente e com rigor o conteúdo/temática de todas as edições apresentadas.

Por outro lado, entende-se que a opção de produzir conteúdos específicos para, e sobre, grupos menos representados na sociedade portuguesa, dando-lhes uma identidade e autonomia e presença mais ou menos regular e constante nas grelhas de emissão, favorece a criação e a formação de públicos, eventualmente mais do que a reflexão sobre estes assuntos em edições avulsas de programas mais genéricos. Crê-se que uma opção continuada de exposição mediática destes grupos fortalece a coesão social e a cidadania.

Apreciadas as grelhas de emissão de 2016 dos quatro serviços de programas generalistas em sinal aberto identificaram-se 766 edições de programas com as características elencadas, num total de 388h05m38s de programação anual, cuja análise se faz de seguida.

---

<sup>81</sup> Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro de 2007, alínea h). Ver também Deliberações 1/LIC-TV/2012 e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro.

**Fig. 26 Programas destinados à promoção da diversidade cultural e dos interesses de grupos minoritários na RTP1, RTP2, SIC e TVI (2016)**

Serviço de programas	Programa	Género	Período semanal	Hora de exibição <sup>a)</sup>	Duração (hh:mm:ss)	N.º de programas
<b>RTP1</b>	Consigo	Institucional	Fim de semana <sup>82</sup>	05:49:47	6:08:54	15
	Zig Zag – Paula	Educativo infantil/juvenil	Fim de semana	06:54:32	1:03:53	9
	Salvador: Podias Ser Tu	Educativo	Fim de semana	11:43:29	1:04:04	3
	Missas Especiais – Peregrinação anual do migrante	Religioso	Fim de semana	10:00:16	2:58:05	1
	Vivo em Portugal	Educativo	Fim de semana	03:36:49	0:35:25	1
	<b>Total RTP1</b>					<b>11:50:21</b>
<b>RTP2</b>	A Fé dos Homens	Religioso	Dia de semana	15:22:24	134:40:08	261
	Repórter África	Serviço noticioso	Ambos os períodos	06:32:26	113:07:56	261
	Caminhos	Religioso	Fim de semana	12:51:42	21:53:20	52
	Musical	Espetáculo	Fim de semana	00:17:39	30:58:46	21
	Consigo	Institucional	Fim de semana	13:36:17	06:08:58	15
	B.I. (“Desalinhado”)	Outro (infantil/juvenil)	Dia de semana	12:15:09	05:31:27	13
	Zé da Guiné. Crónica de um Africano em Lisboa	Documentário	Pontual	10:44:37 / 01:07:40	02:11:36	2
	Macaenses em Lisboa: Ilusão ou Realidade	Humanidades	Pontual	12:07:37 / 00:12:32	01:54:01	2
	Kola San Jon e Festa di Kau Berdi	Documentário	Pontual	01:43:30	01:00:09	1
	Som da rua	Humanidades	Pontual	11:15:54	00:53:06	1
	Apresentação Doc	Humanidades	Dia de semana	11:02:29	00:03:40	3
<b>Total RTP2</b>					<b>318:23:37</b>	<b>632</b>
<b>SIC</b>	Etnias	Magazine informativo	Fim de semana	06:09:38	30:48:42	53
<b>TVI</b>	Todos Iguais	Magazine informativo	Dia de semana	05:58:23	27:02:58	52

<sup>a)</sup> Hora média de início dos programas quando têm mais de uma edição.

## RTP1

No que respeita à programação de 2016 da *RTP1*, quatro programas contribuíram para a promoção da diversidade cultural e interesses de grupos minoritários: 15 edições do “Consigo”, nove edições dos desenhos animados educativos “Paula” (incluídas no contentor infantil/juvenil “Zig Zag”), três edições do programa “Salvador: Podias Ser Tu” e as edições únicas do “Vivo em Portugal” e da “Missa Especial - Peregrinação Internacional do Migrante”.

Em relação ao ano anterior, verifica-se uma diminuição de dez programas (de 39 em 2015 para 29 em 2016) e um acentuado decréscimo na duração, na ordem dos 2/3 (de cerca de 37 horas em 2015 para cerca de 12 horas em 2016). Com mais um decréscimo, à semelhança do que acontecera em 2015, confirma-se a tendência de declínio da presença de programas de promoção da diversidade cultural e interesses de grupos minoritários na *RTP1*.

## RTP2

De entre os quatro serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, a *RTP2* volta a evidenciar-se como o serviço de programas que exhibe mais conteúdos vocacionados para

<sup>82</sup> Com a exceção de uma edição.

os grupos minoritários. Nota-se, face a 2015, um novo aumento do número de programas com estas características nas grelhas da RTP2, com reflexo nas horas de emissão.

Nas grelhas de 2016, a RTP2 inclui 632 edições de programas que privilegiam esta componente, o equivalente a 318h23m37s de emissão. As 632 edições dizem respeito a 11 títulos de programas, alguns de uma única edição, outros com reexibições e outros ainda com vários episódios, que se distribuem por sete *géneros* distintos de programação televisiva: *religioso*, *serviço noticioso*, *espetáculo*, *institucional*, *documentário*, *humanidades* e *outro [infantil/juvenil]*.

No ano em análise, os programas consagrados a diversas confissões religiosas com expressão em Portugal são os mais salientes na programação da RTP2 destinada à promoção da diversidade cultural, somando cerca de metade da duração e do número de programas. “A Fé dos Homens” e “Caminhos” são os dois títulos de continuidade na programação do segundo canal do serviço público – o primeiro com 261 edições durante os dias de semana, cerca das 15h00; o segundo com 52 edições, aos domingos, pelas 13h00, ainda que com algumas flutuações horárias.

“Repórter África” é mais um dos conteúdos que responde às exigências de diversidade social e cultural na programação da RTP2. Em 2016, foram exibidas 261 edições deste *serviço noticioso*, com cerca de 25 minutos, que passa em direto na RTP África às 19h30 e, é emitido na manhã do dia seguinte na RTP2, de terça-feira a sábado, pelas 06h30. As 261 edições contabilizaram 113h07m56s de emissão ao ano.

Segundo a sinopse da RTP, este «é o principal jornal da RTP África. Emitido de segunda a sexta-feira, em direto às 19:30h. A atualidade africana e da diáspora. Política, sociedade, cultura, desporto, 30 minutos de informação que contam com o contributo das redações da RTP em Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, S. Tomé e Príncipe e da redação em Lisboa.»<sup>83</sup> Entre as opções de programação da RTP2 de 2016 também se encontram *documentários* e conteúdos documentais de *humanidades*.

O documentário “Kola San Jon e Festa di Kau Berdi”, de Rui Simões, acompanha os habitantes do bairro do Alto da Cova da Moura, sobretudo cabo-verdianos, que «recuperam e põem em ação uma festa tradicional do seu arquipélago de origem, a que dão o nome de Kolá San Jon. Trata-se de um ritual característico das Festas Juninas celebradas por altura do solstício de Verão nas ilhas cabo-verdianas de São Vicente e Santo Antão. Este documentário acompanha um grupo de residentes do bairro numa viagem a Cabo Verde para festejarem as festas de S. João. Ao recuperar os ritos e ritmos desta festividade, os cabo-verdianos residentes naquele bairro próximo da capital portuguesa procuram recuperar as suas raízes e transmiti-las aos seus descendentes. É a festa de São João Baptista, mas é também a encenação de uma viagem.»<sup>84</sup> Assinado pelo realizador José Manuel Lopes, o documentário “Zé da Guiné. Crónica de um Africano em Lisboa”, sobre uma figura conhecida da boémia lisboeta, integrou por duas vezes as grelhas de emissão da RTP2. Como indica a sinopse, «um jovem africano, Zé da Guiné, chega a Lisboa à procura da cidade abundante, mundo maravilhoso, onde todos os sonhos se podem realizar. A cidade na época, meados dos anos 70, só é abundante no movimento e nas palavras. Não havia outra riqueza, a tal riqueza da cornucópia que ele esperava... Tenta habituar-se à ideia, no que é facilitado pelo tamanho e movimento da urbe. Percebe a oportunidade e faz o que

<sup>83</sup> Ver: <http://www.rtp.pt/programa/tv/p10184#sthash.0nWJJ937.dpuf> [acedido a última vez em 25 de maio de 2017].

<sup>84</sup> Cf. <http://www.rtp.pt/programa/tv/p28068#sthash.huHYBPuX.dpuf> [acedido a última vez em 25 de maio de 2017].

melhor sabe fazer e que a experiência ensina a qualquer africano: fazer o novo com o velho. Trava conhecimento com todos os protagonistas das novas correntes, desde as artes à comunicação social, e deles fica amigo. Reinventa a moda e inventa a noite.»<sup>85</sup>

O programa “Macaenses em Lisboa: Ilusão ou Realidade”, de Carlos Fraga propõe, em modo documental, «uma aproximação ao tema da afirmação étnica, um tema aliciante e neste caso particular e singular. Ouvimos e registámos, na boa tradição antropológica de dar “voz” aos envolvidos, o que nos tinham para dizer e trazer para o “palco” da atualidade a questão transversal das etnicidades. Quem são? O que são? Porque estão? E as saudades? As respostas foram múltiplas e diversificadas.»<sup>86</sup>

“Som de Rua” é um programa documental sobre uma ação de valorização e de inclusão social, que testemunha «um espetáculo fruto do projeto de inclusão social do Serviço Educativo da Casa da Música, no qual profissionais da música e sem abrigo em conjunto silenciam a solidão. Pessoas que não têm casa, trabalho, apoio familiar, amor, carinho ou companhia, mas que por momentos são felizes na Orquestra Som da Rua. Com direção musical de Jorge Prendas, realização de Eduardo Gradim e produção da RTP Porto.»<sup>87</sup>

Quando exibidos no espaço especializado “Apresentação Doc”, os três programas “Macaenses em Lisboa”, “Zé da Guiné” e “Som da Rua” foram precedidos por breves introduções, que são também contabilizadas por contribuírem para o lote de conteúdos orientados para o princípio de diversidade cultural e interesses de grupos minoritários.

Em 2016, na RTP2 foi ainda possível detetar a presença de programação destinada aos públicos mais jovens com uma vocação de inclusão e de promoção da diversidade, num total de 13 edições e 05h31m27s de duração total do programa “B.I.”. A esta série de programas foi dada a classificação de *outro (infantil/juvenil)* por ser apresentada no âmbito da rubrica “Desalinhado”, espaço que a RTP2 destina aos jovens.

“B.I.” «dá a conhecer a realidade complexa de jovens de diversas origens residentes em bairros multiculturais e expõe o desenvolvimento de *workshops* de cinema em quatro bairros de várias zonas de norte a sul do país. Cada *workshop* conta com a participação de oito jovens e de formadores-realizadores que vão acompanhar os formandos na realização de curtas-metragens. Depois da seleção dos três melhores filmes realizados pelos participantes, cabe ao formador decidir qual a curta-metragem do bairro que chegará à final. O último episódio da série conta com um painel de três júris convidados e a apresentação do derradeiro vencedor da série que receberá um prémio no valor de 1500 Euros em formação na Restart - Instituto de Criatividade, Artes e Novas Tecnologias, em Lisboa. B.I. revela aos espectadores uma realidade perspetivada pelo olhar de jovens que, através do contacto com uma área artística, são desafiados a pensar o mundo onde vivem.»<sup>88</sup>

---

<sup>85</sup> Cf. <http://www.rtp.pt/programa/tv/p28616#sthash.0Yo2tgmcdpuf> (acedido a última vez em 25 de maio de 2017).

<sup>86</sup> Cf. <https://www.rtp.pt/programa/tv/p33729#sthash.4Lop0ofrdpuf> (acedido a última vez em 25 de maio de 2017).

<sup>87</sup> Cf. <http://www.rtp.pt/play/p2183/sons-da-rua#sthash.iiKvL6XUdpuf> (acedido a última vez em 25 de maio de 2017).

<sup>88</sup> Cf. <http://www.rtp.pt/programa/tv/p27402#sthash.wBBpuV6Ldpuf> (acedido a última vez em 25 de maio de 2017).

## SIC

Apreciadas as grelhas de emissão da *SIC* de 2016 foram identificadas 53 edições de um programa com as características elencadas, “Etnias”, num total de 30 horas e 48 minutos anuais de emissão. O magazine informativo da *SIC* é exibido aos sábados de manhã, com início entre as 6h e as 6h30m, durante cerca de 35 minutos de duração média por edição.

## TVI

No que se refere às grelhas do serviço de programas licenciado *TVI*, apura-se que manteve a exibição do *magazine informativo* semanal “Todos Iguais”, com as mesmas 52 edições anuais de outros anos. Em termos da duração, o programa da *TVI* fez 27h02m58s, o que corresponde a uma duração média de 31m13s por edição. O programa da *TVI* é exibido logo no início da semana, à segunda-feira, por volta das 06h00.

## 8. Programação da RTP3

- **Prestação especializada de informação** nas suas diferentes formas, designadamente **documentários, reportagens, noticiários e debates**, acerca de **temas, ideias e protagonistas não representados habitualmente na comunicação social**, devendo fornecer uma informação de referência e alternativa face à oferta de mercado
- A par da **informação nacional e internacional**, uma **vocação de proximidade**, concedendo especial atenção, através de uma cobertura territorial adequada, a **temas com interesse para regiões e comunidades específicas**, tendencialmente e sempre que possível através de **janelas de programação com este propósito**.
- Assegurar a difusão, no território nacional, de **programação produzida e difundida pelos serviços de programas de âmbito regional**.<sup>89</sup>

## RTP3

A análise das grelhas de programação da *RTP3* relativas ao ano 2016 pretende aferir da especialização temática do serviço de programas informativos da concessionária do serviço público de televisão. Para tal, no presente capítulo olhar-se-á para o universo dos programas exibidos no decurso do ano, avaliando as opções programáticas em termos de *géneros* e formatos televisivos e de *funções* da programação.

Mantém-se a análise da programação da *RTP3* com atenção à diversidade da programação nas diversas faixas horárias – manhã, tarde, noite, noite/madrugada – e períodos semanais, compartidos entre dias de semana e de fim de semana.

Importa acerca de 2016 referir que foi o ano em que ocorreu a passagem para TDT deste serviço de programas (não só da *RTP3* como também *RTP Memória*). O início da transmissão via TDT teve lugar a 1 de dezembro de 2016, que assim se juntaram aos restantes canais já disponíveis anteriormente na TDT.

### a) Diversidade de géneros – *RTP3*

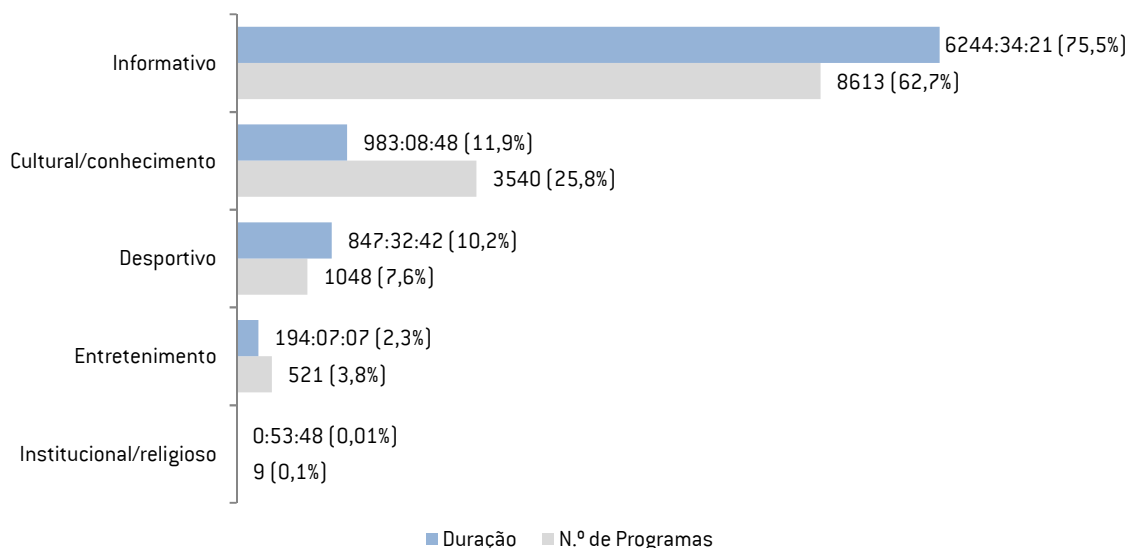
A análise de 2016 da programação da *RTP3* compreende um universo de 13 731 programas, num total de 8270h16m46s de emissão anual, cuja distribuição por *macrogéneros* pode ser examinada na figura abaixo. Face ao ano anterior, registou-se uma ligeira quebra no número de programas (foram 14716 em 2015).

<sup>89</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, 6 de março de 2015, Cláusula 13.ª Serviço de programas temático informativo, n.º 1, 2 e 4.



O rácio de horas de emissão / total de programas indica que os programas emitidos em 2016 tiveram uma duração média superior à registada em 2015, como se verificará mais adiante.

**Fig. 27** Frequência e duração dos *macrogéneros* televisivos na RTP3 (2016)



N = 8270h16m46s (n.º total de horas de emissão); N = 13731 (n.º total de programas)

A categoria dos *informativos* representa cerca de três quartos (75,5 %) das horas de programação, com mais de 6200 horas, o que é coerente com a orientação informativa deste serviço de programas. O predomínio do *macrogénero* também se verifica no número de programas emitidos (62,7 %, num total de 8613 exhibições).

Esta categoria abrange os programas enquadrados num conjunto determinado de géneros televisivos sobre temáticas genéricas da atualidade<sup>90</sup>, como os *serviços noticiosos*, os *magazines informativos*, os programas de *debate* ou *entrevista*, e ainda as *edições especiais* e os programas de *comentário*.

A comparação com os dados do ano precedente mostra que os *informativos* mantiveram relativamente o mesmo volume horário, mas o número de programas voltou a descer ligeiramente em termos relativos (de 67,8 % em 2015 para 62,7% em 2016).

Os programas no *macrogénero* cultural/conhecimento passaram em 2016 a ocupar o segundo lugar, tanto em volume horário (11,9 % do total de tempo emitido) como – e este é o indicador mais destacado – em número de programas (25,8 % do total de programas exibidos). Considerando que em 2014 este *macrogénero* representava somente 3,8% do volume horário total, é visível como nos dois anos posteriores esta categoria de programas aumentou de importância nas grelhas da RTP3, com um crescimento já visível em 2015 e agora consolidado. Este reforço dos programas de cultural e conhecimento evidencia a diversificação da grelha da RTP3, mantendo a sua missão informativa.

Em contrapartida, é de assinalar o decréscimo da presença dos programas desportivos num ano forte em eventos desse cariz. Com efeito, o *macrogénero desportivo* desceu de segundo para

<sup>90</sup> Por opção metodológica, os programas informativos especializados nas áreas do desporto e da cultura e do conhecimento são classificados nas respetivas categorias de *género*, de forma a analisar mais adequadamente as exigências de programação aplicadas aos diferentes serviços de programas.

terceiro lugar: em 2015 perfazia cerca de 1182 horas (14,4 % do total), atingindo, em 2016, 848 horas de emissão (10,2 % do total de tempo). Em número de programas, desceram de 1646 em 2015 (11,2% do total) para 1048 emissões (7,6%).

Os programas de *entretenimento* mantiveram uma presença menos expressiva que os restantes géneros: somente 2,3% do tempo total de emissão e 3,8% dos programas exibidos se enquadram neste macrogénero. Tal presença mais ténue dos programas de entretenimento é compreensível num serviço de programas temático de informação, em que predominam os programas de cariz informativos, sejam eles generalistas ou especializados – como é o caso dos programas de *cultura/conhecimento* e *desportivos*, que mantêm uma afinidade com a função informativa.

A presença dos programas de cariz *institucional/religioso* continua a ser residual, ocupando 0,01 % das horas totais transmitidas e 0,1% do total de emissões.

**Fig. 28** Frequência e duração dos géneros televisivos na RTP3 (2016)

RTP3				
Género	Duração		Programas	
	hh:mm:ss	%	N	%
Serviço noticioso	3552:47:57	43,0	5238	38,1
Magazine informativo	1479:57:24	17,9	2150	15,7
Debate	809:09:42	9,8	701	5,1
Reportagem	101:41:31	1,2	209	1,5
Entrevista	108:09:40	1,3	132	1,0
Edição especial	135:01:20	1,6	108	0,8
Comentário	57:46:47	0,7	75	0,5
Informação desportiva	418:02:08	5,1	638	4,6
Comentário desportivo	284:55:36	3,4	243	1,8
Resumo desportivo	73:42:59	0,9	109	0,8
Transmissão desportiva	67:21:39	0,8	54	0,4
Outro (desportivo)	03:30:20	0,04	4	0,03
Informação cultural	390:26:08	4,7	1816	13,2
Documentário	310:44:32	3,8	533	3,9
Artes e <i>media</i>	64:38:42	0,8	355	2,6
Humanidades	147:35:54	1,8	330	2,4
Educativo	08:22:20	0,1	298	2,2
Ciência	61:21:12	0,7	208	1,5
Humor	12:38:32	0,2	188	1,4
Infotainment	100:08:26	1,2	174	1,3
Talk show	79:35:42	1,0	157	1,1
Outro (entretenimento)	01:44:27	0,02	2	0,01
Institucional	00:53:48	0,01	9	0,1
<b>Total</b>	<b>8270:16:46</b>	<b>100,0</b>	<b>13731</b>	<b>100,0</b>

No que respeita à duração, os *serviços noticiosos* são, também em 2016, o *género* mais proeminente na grelha da RTP3 (43,0 % do tempo total). Também em número de programas sobressai este género televisivo (38,1 %), cuja duração média diária é de 9h40m aproximadamente, repartidas pelos vários períodos do dia.

São abrangidos por este género os serviços noticiosos regionais (“Telejornal Açores” e “Telejornal Madeira”). A emissão diária destes programas responde à obrigação constante no novo Contrato de Concessão, de «difusão, no território nacional, de programação produzida e difundida pelos serviços de programas de âmbito regional». Note-se porém a hora de emissão destes serviços noticiosos, na faixa horária noite/madrugada e início da manhã (com hora de início entre as 4h15 e as 6h03), que evidencia, apesar do cumprimento formal do requisito contratual, o lugar marginal a que estes programas são remetidos, neste canal.

Os programas “África 7 Dias”, “Repórter África” e “Zoom África” são os serviços noticiosos da grelha da RTP3 que, juntamente com o *magazine informativo* “África Global”, estão vocacionados para a atualidade do continente africano, e que são produzidos em colaboração com as redações da RTP aí sediadas.

Os *magazines informativos* mantêm-se como segundo género mais relevante em 2016, seja pelas suas 1479 horas de emissão (17,9 %), seja pelas 2150 emissões (15,7 % do total). Os *magazines informativos* registaram em 2016 uma duração média diária de 4h03m (mais 15 minutos por dia, em média, que em 2015).

O *magazine* diário “Bom Dia Portugal” somou perto de mil horas de emissão anuais, com uma duração média por edição de 2h42m.

O *magazine* “Tudo é Economia” registou uma duração média de 47 minutos por edição, sendo o segundo mais longo no género, mas contando apenas com três emissões (a emissão iniciou somente em Dezembro de 2016). O *magazine* “Central Parque”, que integrou a nova grelha em meados de outubro, é o terceiro mais longo, com duração média de aproximadamente 46 minutos.

Os programas de *debate* continuaram em 2016 a ser o terceiro género mais emitido (9,8 %) na categoria de *informativos* generalistas, com aproximadamente 809 horas. A expressão horária deste género de programas aumentou consideravelmente (em 2015 eram de cerca de 325 horas, representando 4% do volume horário total). Os programas nesta categoria são “360º”, “As Palavras e os Atos”, “Números do Dinheiro”, “O Direito e o Averso”, “Parlamento”, entre outros. Para este crescimento contribuíram os debates entre candidatos à Presidência da República, emissões que tiveram lugar entre 1 e 19 de janeiro.

A maior responsabilidade pelo incremento em duração e número de programas do género debate deve-se ao programa “360º”<sup>91</sup>, que este ano emitiu 264 edições (em 2015 eram apenas 23) e cerca de 460 horas (em 2015 eram apenas de cerca de 19 horas).

Manteve-se a presença mais restrita na grelha, seja em número ou em duração de exposições, dos géneros *reportagem* (1,2 %), *entrevista* (1,3 %) e *edições especiais* (1,6 %) e, remetido para último lugar na tabela dos informativos, os programas de *comentário* (com menos de 1 % do volume horário do canal).

No caso dos programas de comentário, desapareceram da grelha programas que existiam em 2015, “A Cor do Dinheiro”, “A Opinião de Nuno Morais Sarmiento”, “Justa Causa” e “Três Pontos”, mantendo-se apenas “O Princípio da Incerteza”.

---

<sup>91</sup> Apesar de ser considerado um programa de debate, o 360º não se esgota nesta dimensão, possuindo outros espaços informativos que contribuem para a extensa carga horária média do programa, que ronda 1h45m.

Os programas incluídos no *macrogénero informativo* registaram uma duração média de 43 minutos por edição (acima dos 36 minutos por edição assinalados em 2015), com uma média diária de emissão de 17 horas (apenas mais meia hora que no ano anterior).

Quebrando a tendência observada em anos anteriores, a importância relativa do tempo de emissão de conteúdos *desportivos* decresceu ligeiramente na programação da RTP3, passando a representar uma em cada dez horas de emissão (10,2% face a 14,4% em 2015). Importa porém dizer que, se nos três primeiros lugares surgem géneros informativos, o quarto género com mais tempo de emissão anual é o dos programas de informação desportiva (5,1%).

Nos programas de cultura/conhecimento, que passaram a ocupar, no seu conjunto, o segundo lugar no ranking de macrogéneros, o maior volume horário foi obtido pela emissão de programas de informação cultural (4,7%), seguidos pelos documentários (3,8%). Em termos de número de edições, verifica-se uma maior concentração nos programas de informação cultural (13,2%).

Em 2016, só em 12.º lugar na ordenação por volume horário surge um género fora daquelas três grandes categorias – *informativo, cultural/conhecimento e desportivo*. Os 11 géneros com maior presença na antena, que representaram quase nove horas e meia e cada vez (94%) do volume horário, são (por ordem de importância) *serviço noticioso, magazine informativo, debate, informação desportiva, informação cultural, documentário, comentário desportivo, humanidades, edição especial, entrevista e reportagem*.

Os programas *culturais/conhecimento* mantêm uma duração média próxima da registada em 2015, de 17 minutos por edição, enquanto o seu tempo médio diário de emissão aumentou ligeiramente de perto de duas horas em 2015 (2h07m) para 2h41m no ano em análise.

Os novos programas (por serem inéditos no universo RTP ou transferidos de outros canais) somaram 943h46m. Alguns exemplos de programas de *cultura/conhecimento* que surgiram em 2016 na grelha da RTP3 são: séries documentais como *humanidades* como “A Porta da História”, “Antes da PIDE”, “Cara a Cara”, “Coleção de Sonhos” e “Desilusões”; programas de informação cultural como “Folha de Sala”, “Arte num Minuto”, “Design PT”; programas de artes e media como “A Arte num Minuto”, “Contacto”; programas de ciência como “A Valsa dos Continentes” ou “A Vida nas Grandes Áreas Húmidas” e sobretudo os documentários exibidos no espaço “Apresentação DOC”. Este espaço de difusão de documentários serve também a exigência contratual a que a RTP3 está vinculada de «fornecer uma informação de referência e alternativa face à oferta de mercado.»<sup>92</sup>

Na área de *entretenimento*, mantém-se a presença dos programas de *infotainment* como género predominante, em termos de duração total, e mais diversificado (“O Último Apaga a Luz”, “Cozinha com Amor” e “RTP Arena Esports”). Em seguida surge o género *talk show*, cuja presença é assegurada por um único programa (“Last Week Tonight with John Oliver”). Analisando pela ótica do número de edições, a presença em antena é repartida de modo praticamente equitativo entre programas de *infotainment*, humor e talk shows.

A duração média dos programas de entretenimento é de 22 minutos (decreceu face aos 30 registados em 2015), com um tempo médio de emissão diária a rondar os 44 minutos (aumentou face aos 33 do ano anterior).

---

<sup>92</sup> Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, 6 de março de 2015, Cláusula 13.ª Serviço de programas temático informativo, n.º 1.

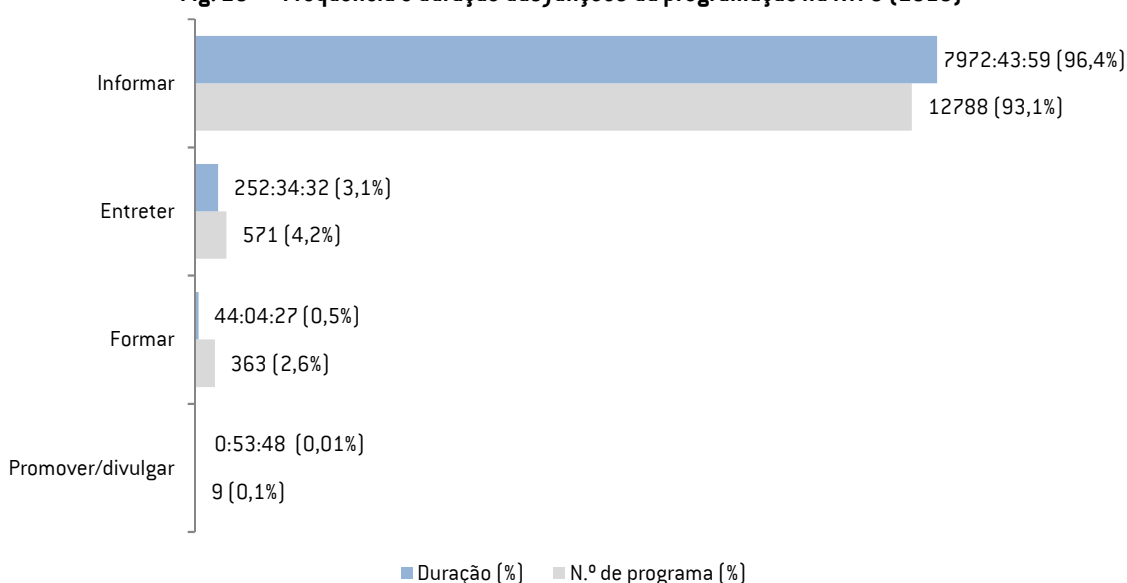
O *macrogénero institucional/religioso*, que surge em último lugar na programação da RTP3, materializou-se num único programa de cariz institucional, que cumpre o requisito contratual de uma “vocação de proximidade”: o programa “Terra Justa”, que contou em 2016 com nove edições.

Observa-se novamente em 2016 a ausência de espaços autónomos de informação meteorológica na RTP3.

### b) Funções na programação – RTP3

Nesta secção, analisa-se a diversidade e o pluralismo da programação cruzando os géneros televisivos dos programas exibidos (nas suas dimensões macro e micro – *macrogéneros* e *géneros*), com a *função* preponderante desses conteúdos na relação com os públicos: *informar*, *formar*, *entretter* ou *promover/divulgar*.

Fig. 29 Frequência e duração das *funções* da programação na RTP3 (2016)



N = 8270h16m46s (n.º total de horas de emissão); N= 13731 (n.º total de programas)

A natureza informativa do serviço de programas justifica a elevada expressão da função de *informar*, que representa 96,4% do total de horas de emissão. Para este valor contribuem todos os programas com função *informativa*, independentemente do género em que se enquadram.

As restantes funções têm assim uma expressão horária muito diminuta: *entretter* (3,1%), *formar* (0,5%) e *promover/divulgar* (0,01%).

A *função entretter*, a única que, ainda que com uma presença restrita, não é residual, foi em 2016 assegurada por programas de transmissão desportiva e pelos programas de entretenimento – o *talk show* emitido pelo canal e os programas de *infotainment* já mencionados.

### c) Diversidade de programação por período horário – RTP3

A análise da diversidade de géneros nos diversos períodos horários evidencia o predomínio consistente do *macrogénero informativo* face aos demais.

É no período da *manhã* (das 06h00 às 12h59m59s) que se verifica a maior concentração do *macrogénero informativo*, que representam 87,2% do total de horas de programas nesse bloco

horário (com predomínio dos géneros *magazine informativo* e *serviço noticioso*), com os programas da área *cultural/conhecimento* na segunda posição (9,8%), ainda que com uma imensa distância.

Em 2016, no horário da *manhã*, observou-se um reforço da predominância de volume horário dos programas *culturais/conhecimento* (9,8 %) face aos *desportivos* (1,8 %), que em anos anteriores haviam representado o segundo género neste período, tendo-se assistido a uma inversão de posições já em 2015.

Em 2016, foi no período de horário nobre que os informativos (62,4 %) mais reduziram a desproporção face aos restantes *macrogéneros* (65,8 %), com os programas *culturais/ de conhecimento* a ganhar peso relativo e a representar um quinto do volume horário neste período.

No horário nobre, dos três géneros mais relevantes, em tempo de emissão, sobressaem os programas de *debate* (com uma ascensão meteórica de 10,8 % em 2015 para 47 % em 2016, causada pelo aumento de carga horária e de número de exibições do programa 360º transmitido, programa que, com exceção de duas edições, é exibido no horário nobre). Os programas de documentário (12,7 %) e logo abaixo os *serviços noticiosos* (12,3 %; em 2015 haviam representado 34,0 % do volume horário neste período). Esta repartição de géneros em horário nobre permite concluir que, ainda que os documentários representem, na hierarquia de géneros, menos de 4 % do total de horas emitidas ao ano, a sua presença no serviço de programas beneficia do período em que a maioria desses conteúdos é emitida. Este tipo de análise permite conhecer com mais precisão a linha editorial do serviço de programas e confirma a diversidade de géneros emitidos com que atende às exigências acrescidas de oferta informativa.

Na *noite/madrugada* os *informativos* representam dois terços (66,9 %) do total de horas de emissão; este é o período onde os *desportivos* ganham mais peso relativo (15,1 %), seguidos pelos *culturais/conhecimento* (14,3 %).

Em frequência de programas exibidos, mantém-se, a exemplo dos anos anteriores, o predomínio dos *informativos* em todos os períodos horários.

Com efeito, no período da *manhã*, os programas *culturais/conhecimento* chegam a ultrapassar um terço (34,3 %) do número total de programas transmitidos, e no horário nobre representam quase quatro em cada dez dos conteúdos emitidos (39,4 %). Os restantes *macrogéneros*, mesmo à luz deste indicador, confirmam uma presença pouco afirmativa em todos os períodos horários.

Consolida-se o perfil da *RTP3* como serviço de programas informativos, com uma forte componente de programas de índole cultural, cuja função principal é informar os públicos.

#### IV. METODOLOGIA

A análise contempla o universo das grelhas de programas de 2016 dos três serviços do operador público de televisão – *RTP1*, *RTP2* e *RTP3* – e dos dois operadores licenciados *SIC* e *TVI*, com o modelo de análise a alicerçar-se nos dois conceitos operativos já referenciados – *género televisivo* e *função* da programação.

Por *géneros* entendem-se as diferentes tipologias de programas que se apresentam como unidades autónomas no alinhamento de uma grelha de emissão, cujos formatos se encontram relativamente padronizados, considerando o seu conteúdo temático, a forma de

conceção/apresentação, a intencionalidade do programador e/ou públicos-alvo a que se dirigem.

A identificação dos *géneros* televisivos faz-se a dois níveis. Primeiro, considerando as sete grandes categorias designadas de *macrogéneros*: *informativo, desportivo, ficção, infantil/juvenil, entretenimento, cultural/conhecimento e institucional/religioso*. Num segundo nível de análise, que resulta da subdivisão dessas grandes categorias, avaliam-se mais finamente os *géneros*, que pretendem distinguir os programas de acordo com os seus formatos e/ou conteúdos específicos.

Os sete *macrogéneros* mencionados subdividem-se em 39 categorias de *género*, devidamente distribuídas pelas grandes categorias. A título de exemplo, o *macrogénero informativo* é composto pelos sete *géneros* seguintes: *serviço noticioso, reportagem, debate, entrevista, comentário, edição especial, magazine informativo e boletim meteorológico*.

Também é aplicado o conceito de *função*, que pretende traduzir a intencionalidade preponderante de um conteúdo televisivo e aferir a finalidade prosseguida pelo programador com a inclusão e o posicionamento de um dado programa nas suas grelhas de emissão.

São consideradas as três funções clássicas da atividade televisiva – *informar, formar e entreter* –, conjugadas com a *função promover/divulgar*.

A *unidade de análise* corresponde aos programas, entendidos como espaços de programação que se apresentam nas grelhas de emissão como elementos autónomos, identificados por um genérico inicial e um genérico final próprios e distintivos dos demais programas e outros elementos de programação não incluídos na presente.

O *corpus* da análise é recolhido das bases de dados da Markdata, Mediamonitor/Markttest, com apoio no *software* MMW – Markdata Media Workstation (módulo Telereport). Esta fonte de informação fornece as grelhas de emissão diárias de cada um dos serviços de programas, organizadas cronologicamente, com a duração total de todos os programas exibidos, hora de início e de fim.

A operação de constituição do *corpus* implica a anulação de todos os elementos de programação que não correspondem à *unidade de análise* adotada, tal como os intervalos publicitários, os espaços de tele vendas, as autopromoções, os indicativos de estação, os separadores ou outros elementos de antena semelhantes.

O tratamento dos dados recolhidos tem início com a verificação das obrigações genéricas de diversidade de programação a que os quatro serviços de programas generalistas se encontram sujeitos, compreendendo seguidamente as obrigações específicas de cada um deles relativamente às tipologias de programas a emitir, a sua periodicidade, o seu horário de emissão, entre outras.

Recorde-se que a análise de *géneros televisivos* que é desenvolvida no presente capítulo não tem correspondência direta com a codificação que é produzida pelos serviços da Mediamonitor/Markttest, designadamente em matéria de *tipologias MMW* de programas. Ou seja, a codificação de um programa não corresponde necessariamente à classificação que lhe é atribuída por aquela fonte de informação, uma vez que estão em causa modelos de análise conceptualmente diversos. No entanto, não havendo divergências, os programas receberão a mesma classificação.

Ao longo da análise serão utilizados dois indicadores de medida na apresentação dos dados: *número de programas* (frequência de programas emitidos) e *duração* (hh:mm:ss), recorrendo-se ao primeiro sempre que pertinente, mas privilegiando o segundo. Esta opção escora-se no facto de a frequência de exibição nem sempre espelhar o peso relativo que determinado *género televisivo* ou *função* podem assumir, efetivamente, num alinhamento diário de emissão. Sempre que a avaliação incida numa norma quantificada na legislação aplicável, a opção recai no primeiro indicador.

A análise da programação televisiva aborda em primeiro lugar os dados dos quatro serviços de programas generalistas – *RTP1, RTP2, SIC e TVI* –, com a *RTP3* a beneficiar de uma análise individualizada, no final do capítulo, em virtude de se tratar de um serviço de programas temático informativo.

Para um conhecimento mais aprofundado das categorias de análise, do quadro metodológico adotado e das normas aplicáveis, deverá consultar-se os anexos do presente.



## V. ANEXOS

### ANEXO I – QUESTÕES METODOLÓGICAS

#### a) Géneros televisivos

A noção de *género televisivo* remete para os diferentes tipos de programas que se apresentam como unidades autónomas no alinhamento global de programação de um serviço de programas, nos quais é possível reconhecer formatos televisivos relativamente padronizados e que estruturam as grelhas de emissão.

A operacionalização de *género televisivo* enquanto conceito analítico é, no entanto, problemática, desde logo por se tratar de um conceito *multidimensional*, que convoca várias dimensões sob as quais os programas televisivos podem ser observados: *o conteúdo temático, o formato de conceção do programa, a intencionalidade do programador, os públicos-alvo que privilegia.*

A classificação de *géneros televisivos* pode, por isso, colocar-se a vários níveis em função dessas diferentes dimensões sob as quais os programas podem ser analisados.

Não é objetivo da análise superar em definitivo a problemática. O objetivo central consiste em aplicar uma tipologia de *géneros televisivos* que permita observar as práticas de programação dos operadores considerados com base nas obrigações estabelecidas para cada um.

A grelha de classificação adotada compreende uma análise dos programas televisivos a dois níveis. Em primeiro lugar são consideradas sete grandes categorias de géneros televisivos, aqui designadas de *macrogéneros*, fixadas de acordo com a *intencionalidade* prosseguida pelos diferentes programas, os *públicos-alvo* a que se dirigem ou os tipos de *conteúdos* que veiculam. As categorias sete são descritas de seguida.

As grandes categorias de géneros televisivos são depois decompostas num segundo nível de análise, através do qual se procura especificar os tipos de programas em função dos *formatos* que assumem ou do seu *conteúdo*. Chamou-se a este segundo nível o dos *géneros televisivos*, cuja distribuição pode ser conferida no seguimento.

#### b) Grelha de classificação geral de géneros televisivos – *macrogéneros* e *géneros*

**Informativo:** programas predominantemente vocacionados para a informação dos públicos sobre assuntos que marcam a atualidade, compreendendo géneros como: *serviço noticioso, debate, entrevista, reportagem, comentário, edição especial, magazine informativo* ou *boletim meteorológico*. São programas de índole jornalística, sob a alçada da direção de informação. A categoria exclui programas informativos sobre a atualidade desportiva, cultural ou outra, dado que estes conteúdos serão classificados nas categorias específicas criadas para o efeito (ex: *desportivo, cultural/conhecimento*).

**Desportivo:** programas vocacionados para a informação dos públicos sobre diferentes modalidades desportivas e para a exibição de competições desportivas diversificadas. A categoria subdivide-se em *informação desportiva* (independentemente da especialização numa modalidade), *transmissão desportiva, resumo desportivo* (todas as modalidades) e programas de *comentário* a cargo de especialistas e personalidades ligadas ao mundo desportivo.

**Ficção:** programas vocacionados para o entretenimento dos públicos, compreendendo a emissão de obras cinematográficas ou televisivas (*filmes/telefilmes*) ou de episódios de seriados (*séries televisivas*), incluindo também as *telenovelas*.

**Infantil/juvenil:** programas vocacionados para entreter, informar ou formar os públicos infantis/juvenis. Incluem-se neste campo os *desenhos animados*, os *concursos/jogos*, as *telenovelas*, a *informação* destinada especificamente aos públicos mais novos, bem como programas com pendor educativo não integrados num projeto pedagógico particular.

**Entretenimento:** programas que prosseguem como vocação predominante proporcionar momentos de entretenimento aos públicos. São conteúdos das direções de programas e compreendem géneros como: *concurso/jogo*, *reality show*, *variedades*, *talk show*, *humor* (*stand-up comedy*; anedotas; apanhados) e *infotainment* (programas que reproduzem formatos característicos dos géneros *informativos*, mas cuja intenção principal é o entretenimento dos públicos, abordando temas mais ligeiros e normalmente ligados à esfera pessoal. Não são programas de carácter jornalístico).

**Cultural/conhecimento:** programas vocacionados para a apresentação, divulgação e/ou informação e debate sobre manifestações e expressões artísticas (literatura, cinema, teatro, dança, pintura, arquitetura, música, artes plásticas, produção audiovisual, *design*, etc.), bem como para divulgar e informar sobre questões do conhecimento e da investigação científica em diferentes áreas de saber. Incluem-se nesta categoria os programas *educativos*, entendidos como os programas especificamente dedicados à formação dos públicos e que se constituem como um momento de aprendizagem num projeto pedagógico mais vasto (por exemplo, “Universidade Aberta”).

**Institucional/religioso:** programas desenvolvidos por entidades externas aos operadores televisivos, cuja função consiste na divulgação e promoção das atividades, dos projetos ou das doutrinas das entidades promotoras. São programas que resultam, em regra, de protocolos celebrados entre a entidade promotora e os operadores ou que resultam de obrigações legais a observar por um dado operador. Integram-se nesta categoria os espaços de programação desenvolvidos por entidades públicas, privadas ou por outras organizações da sociedade civil, os espaços de direito de antena, bem como as celebrações litúrgicas.

**Fig. 30 Grelha de classificação de géneros televisivos**

Género 1.º nível Macrogénero	Género 2.º nível Género
1. Informativo	1.1. Serviço noticioso 1.2. Reportagem 1.3. Debate 1.4. Entrevista 1.5. Comentário 1.6. Edição especial 1.7. Magazine informativo 1.8. Boletim meteorológico
2. Desportivo	2.1. Informação desportiva 2.2. Transmissão desportiva 2.3. Resumo desportivo 2.4. Comentário desportivo
3. Ficção	3.1. Filme/telefilme 3.2. Série 3.3. Telenovela
4. Infantil/juvenil	4.1. Desenhos animados 4.2. Concurso/jogo infantil/juvenil 4.3. Ficção infantil/juvenil 4.4. Telenovela infantil/juvenil

5. Entretenimento	4.5. Educativo infantil/juvenil
	4.6. Informação infantil/juvenil
	4.7. Espaço contentor
	4.8. Outro (infantil/juvenil)
	5.1. Concurso/jogo
	5.2. <i>Reality show</i>
	5.3. Variedades
	5.4. <i>Talk show</i>
6. Cultural/conhecimento	5.5. Humor
	5.6. <i>Infotainment</i>
	5.7. Outro (entretenimento)
	6.1. Artes e media
	6.2. Humanidades
	6.3. Ciência
	6.4. Documentário
7. Institucional/religioso	6.5. Espetáculo
	6.6. Educativo
	6.7. Informação cultural
	7.1. Institucional
	7.2. Religioso

### c) Funções na programação

A Lei da Televisão estabelece como fins dos serviços de programas televisivos contribuir para a *informação*, a *formação* e o *entretenimento* do público - al. a), art.º 9.º, Lei n.º 27/2007, de 30 de julho.

Entende-se como *funções* a finalidade que o operador se propõe seguir, pensando no plano da receção, quando seleciona determinado conteúdo televisivo para integrara as suas grelhas de emissão, tendo como ponto de partida a tríade clássica que a legislação adota: *informar*, *formar* e *entretener*.

A par destas três funções centrais, considera-se ainda uma terceira categoria, correspondente à emissão de programas cuja finalidade principal consiste na *promoção/divulgação*. Por regra, manifesta-se em programas televisivos produzidos por entidades externas aos serviços de programas, tendo como finalidade primordial a divulgação de projetos, iniciativas, valores e/ou ideias e ideais das organizações que os promovem.

A operacionalização das *funções* encontra-se intimamente ligada ao conceito de *género televisivo*. Ou seja, parte-se do pressuposto de que as *funções* da programação são indissociáveis dos *géneros televisivos* que compõem as grelhas de emissão, considerando-se que se verifica, na maioria dos casos, uma correspondência entre estas duas dimensões da análise. Reconhece-se, contudo, que essa correspondência nem sempre é perfeita, pelo que não se dispensa a verificação das *funções* associadas a cada programa.

### d) Correspondência entre géneros televisivos e funções

A figura seguinte estabelece uma correspondência entre *géneros* televisivos e *funções*, a qual se apresenta como indicativa, pois é a observação do caso concreto, atendendo à finalidade predominante que se procura atingir em cada programa, que dita a codificação de cada unidade de análise para a categoria *função*.

**Fig. 31 Quadro de referência na relação entre funções e gêneros televisivos**

<b>Gênero</b>	<b>Funções</b>
<b>Informativo</b>	
Serviço noticioso	
Reportagem	
Debate	
Entrevista	
Comentário	Informar
Edição especial	
Magazine informativo	
Boletim meteorológico	
<b>Desportivo</b>	
Informação desportiva	Informar
Transmissão desportiva	Entreter
Resumo desportivo	Informar
Comentário desportivo	Informar
<b>Ficção</b>	
Filme/telefilme	
Série	Entreter
Telenovela	
<b>Infantil/juvenil</b>	
Desenho animado	
Concurso/jogo infantil/juvenil	
Ficção infantil/juvenil	Entreter
Telenovela infantil/juvenil	
Educativo infantil/juvenil	Formar
Informação infantil/juvenil	Informar
Espaço contendor	
Outro (infantil/juvenil)	Entreter
<b>Entretenimento</b>	
Concurso/jogo	
<i>Reality show</i>	
Variedades	
<i>Talk show</i>	Entreter
Humor	
<i>Infotainment</i>	
Outro (entretenimento)	
<b>Cultural/conhecimento</b>	
Artes e <i>media</i>	
Humanidades	
Ciência	Informar; Formar
Documentário	
Espetáculo	Entreter
Educativo	Formar
Informação cultural (magazines culturais)	Informar
<b>Institucional/religioso</b>	
Institucional	Informar; Formar; Promover/divulgar
Religioso	Promover/divulgar

### **e) Unidade de análise**

**Programa** – A *unidade de análise* corresponde a cada *programa* que se apresenta na grelha de programação como espaço autónomo, introduzido por um genérico inicial próprio de identificação e concluído por um genérico final, com os créditos do programa. São excluídos os espaços dedicados a publicidade, televentas e autopromoções, bem como outros elementos de antena (separadores, indicativos de estação, etc.) não enquadráveis na definição de *unidade*

de análise (a partir de definição de programa inscrita na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido).

#### **f) Variáveis de análise – base de dados**

**Serviço de programas** – indica o nome do serviço de programas no qual foi emitido determinado conteúdo programático;

**Data** – indica a data de exibição do programa (dd/mm/aaaa);

**Nome do programa** – indica o nome do programa tal como se apresenta no genérico;

**Título do programa** – indica o nome do programa tal como se apresenta no genérico, quando o mesmo é integrado num espaço regular de programação (exemplo: título do filme exibido dentro de um espaço de apresentação de filmes, que ficaria registado no campo anterior);

**Hora de início e hora de fim** – indica a hora de início e a hora de fim do programa (hh:mm:ss);

**Duração** – indica a duração total do programa, sem contabilizar as pausas publicitárias (hh:mm:ss);

**Período horário** – indica o período horário em que o programa foi exibido, considerando quatro intervalos de tempo: *manhã* (06h00-12h59m), *tarde* (13h00-19h59m), *horário nobre* (20h00-22h59m) e *noite/madrugada* (23h00-05h59m).

Os programas cuja duração compreende dois ou mais destes períodos horários são classificados no período em que a sua duração é maior (por exemplo, um programa que tenha início às 19h30 mas termine depois das 21h00 será classificado como pertencendo ao *horário nobre*, mesmo tendo começado ainda no período da *tarde*).

**Período semanal** – indica o período semanal em que o programa foi exibido, considerando os *dias de semana* (segunda a sexta-feira) e os *fins de semana* (sábado e domingo).

**Macrogénero (género nível I)** – indica a grande categoria de *género* em que se inscreve determinado programa de acordo com a classificação de géneros considerada.

**Género (género nível II)** – indica o *género* televisivo do programa de acordo com a classificação de géneros considerada.

**Função** – indica a intenção principal do programa na sua relação com o telespectador, atendendo às funções consideradas.

#### **g) Fontes de informação e processo de codificação**

**Fontes de informação** – A análise compreende o universo de programas emitidos pelos cinco serviços de programas – *RTP1, RTP2, SIC, TVI e RTP3* –, de acordo com o registo de programação efetuado pelo serviço Markdata da Mediamonitor/Markttest, através da utilização do *software* MMW – Markdata Media Workstation.

Após o primeiro recenseamento de todos os programas emitidos pelos cinco serviços de programas em 2016, procede-se a um trabalho de validação dos dados obtidos através da base de dados Telereport, de modo a anular a duplicação de unidades de análise decorrentes da mudança de dia (ocorre às 02h30 de cada dia) e outros elementos de programação registados na fonte original que não se encontram contemplados na presente análise (por exemplo, televentas e autopromoções).

**Processo de codificação** – A codificação implica a verificação direta do registo vídeo dos programas, designadamente no que respeita ao preenchimento dos indicadores *género nível I*, *género nível II* e *função*.

## Anexo II – Obrigações de programação

A análise de programação televisiva desenvolvida no presente capítulo do relatório tem como referencial preceitos que constam da “Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido”, para todos os serviços de programas analisados, e do “Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão”, para os três serviços de programas da RTP.

Não se pretende abarcar todas as obrigações de programação estabelecidas nos diplomas referidos, mas apenas os aspetos que remetem para a apreciação do *pluralismo* e da *diversidade* da programação, aferidos em função da análise de *géneros televisivos* e das *funções predominantes* na programação dos quatro serviços de programas generalistas e no serviço de programas temático informativo do setor público, sendo esses os que surgem listados de seguida.

**Fig. 32 Quadro de referência – Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido**

<b>Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido</b> (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho)
<b>Artigo 8.º - Tipologia de serviços de programas televisivos</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>2. Consideram-se “generalistas” os serviços de programas televisivos que apresentem uma programação diversificada e dirigida à globalidade do público.</li><li>3. São temáticos os serviços de programas televisivos que apresentem um modelo de programação predominantemente centrado em matérias ou géneros audiovisuais específicos ou dirigido preferencialmente a determinados segmentos do público.</li></ol>
<b>Artigo 9.º - Fins da atividade de televisão</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Constituem fins da atividade de televisão, consoante a natureza, a temática e a área de cobertura dos serviços de programas televisivos disponibilizados:<ol style="list-style-type: none"><li>a) Contribuir para a informação, formação e entretenimento do público.</li></ol></li></ol>
<b>Artigo 34.º - Obrigações gerais dos operadores</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>2. Constituem, nomeadamente, obrigações gerais de todos os operadores de televisão que explorem serviços de programas televisivos generalistas, de cobertura nacional:<ol style="list-style-type: none"><li>a) Assegurar, incluindo nos horários de maior audiência, a difusão de uma programação diversificada e plural.</li></ol></li></ol>
<b>Artigo 51.º - Obrigações específicas da concessionária do serviço público de televisão</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. A concessionária do serviço público de televisão deve (...) apresentar uma programação que promova a formação cultural e cívica dos telespetadores, garantindo o acesso de todos à informação, à educação e ao entretenimento de qualidade.</li><li>2. À concessionária incumbe, designadamente:<ol style="list-style-type: none"><li>a) Fornecer uma programação variada e abrangente, que promova a diversidade cultural e tenha em conta os interesses das minorias;</li><li>b) Promover o acesso do público às manifestações culturais portuguesas e garantir a sua cobertura informativa adequada;</li><li>(...)</li><li>d) Garantir a produção e transmissão de programas educativos de entretenimento destinados ao público jovem e infantil, contribuindo para a sua formação;</li><li>e) Garantir a transmissão de programas de carácter cultural, educativo e informativo para públicos específicos, incluindo os que compõem as diversas comunidades imigrantes em Portugal;</li></ol></li></ol>

**Fig. 33 Quadro de referência – Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão**

**Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015**

**Cláusula 4.ª – Princípios de atuação**

1. A Concessionária garante, nos termos do n.º 2 do artigo 50.º da Lei da Televisão, e do n.º 2 do artigo 48.º da Lei da Rádio, que a prestação do serviço público ocorre na estrita observância dos princípios da universalidade e da coesão nacional, da diversificação, da qualidade, da diferenciação e da indivisibilidade da programação, do pluralismo e do rigor, da isenção e da independência da informação, bem como do princípio da inovação.

2. Na aplicação dos princípios referidos no número anterior, a Concessionária assegura:

(...)

- c) Uma programação variada, contrastada e abrangente, que corresponda às necessidades e interesses dos diferentes públicos;
- d) Uma programação de referência, qualitativamente exigente e que procure a valorização cultural e educacional dos cidadãos;
- e) Uma programação globalmente diferenciadora face à oferta do mercado audiovisual português;
- f) A possibilidade de expressão e debate das diversas correntes de opinião, designadamente de natureza política, religiosa e cultural;
- g) Uma informação precisar, completa, contextualizada e aprofundada, imparcial, aberta ao contraditório e independente perante poderes públicos, económicos e interesses privados;
- h) A promoção económica e cultural de Portugal além-fronteiras;
- i) A valorização da criatividade e a promoção do experimentalismo audiovisual;

(...)

3. Sem prejuízo do cumprimento das obrigações especialmente previstas no presente Contrato, a correspondência da programação difundida pela Concessionária às exigências de serviço público deve ser avaliada de forma global, tendo em conta o conjunto de conteúdo e a programação dos diferentes serviços de programas de cada meio de comunicação social e atenta às especificidades de cada serviço de programas.

(...)

**Cláusula 6.ª – Obrigações Específicas da Concessionária**

1. Para além do cumprimento das obrigações gerais dos operadores de televisão e dos operadores de rádio, previstas no artigo 34.º da Lei da Televisão e no artigo 32.º da Lei da Rádio respetivamente, e de acordo com os princípios referidos na cláusula 4.ª, a Concessionária deve apresentar uma programação e conteúdos sonoros ou audiovisuais que promovam a formação cultural e cívica do público, garantindo o acesso de todos à informação, à educação e ao entretenimento de qualidade.

2. À Concessionária incumbe, designadamente:

- a) Fornecer uma programação variada, diferenciadora e abrangente, que promova a diversidade cultural e tenha em conta os interesses das minorias;
- b) Promover o acesso do público às manifestações culturais portuguesas e garantir a sua cobertura informativa adequada;
- c) (...)
- d) Garantir a produção e transmissão de programas educativos e de entretenimento, destinados ao público infanto-juvenil que contribuam para a formação, incluindo, quanto à televisão, nos serviços de âmbito nacional de acesso não condicionado livre, a emissão de espaços diários adequados ao escalão etário a que se destinem;
- e) Garantir a transmissão de programas de carácter cultural, educativo e informativo para públicos específicos;
- f) Garantir que os espaços de informação dos serviços de programas contribuem para a sensibilização dos públicos para as questões da integração, igualdade de género, coesão social e interesses das minorias;
- g) Garantir a emissão de programas que valorizem a economia e a sociedade portuguesa na perspetiva do seu desenvolvimento;
- h) Participar em atividades de educação para os meios de comunicação social, garantindo nomeadamente a transmissão de programas orientados para esse objetivo;

(...)

- k) Emitir programas destinados especialmente aos portugueses residentes fora de Portugal e aos nacionais de países de língua portuguesa;
- n) Ceder tempo de emissão às confissões religiosas;

**Cláusula 7.ª – Âmbito**

2. Integram o serviço público de televisão:

- a) Um serviço de programas generalista distribuído em simultâneo em todo o território nacional com o objetivo de satisfazer as necessidades formativas, informativas, culturais e recreativas do grande público;
  - b) Um segundo serviço de programas generalista distribuído em simultâneo em todo o território nacional com uma forte componente cultural e formativa e aberto à sociedade civil;
- [...]
- e) Um serviço de programas orientado para a prestação especializada de informação, com uma vocação de proximidade e concedendo particular atenção a temas com interesse para regiões e comunidades específicas.

**Fig. 34 Quadro de referência – Contrato de Concessão: Obrigações específicas do primeiro serviço de programas generalista de âmbito nacional**

**Obrigações específicas da RTP1**  
**Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015**  
**Cláusula 9.ª Primeiro serviço de programas generalista de âmbito nacional**

1. O serviço de programas generalista de âmbito nacional dirigido ao grande público deve, atendendo às distintas realidades territoriais e aos diferentes grupos constitutivos da sociedade portuguesa, conceder especial relevo:
    - a) À informação, designadamente através da difusão de noticiários, debates, entrevistas, reportagens e documentários;
    - b) Ao entretenimento de qualidade e de expressão originária portuguesa, promotor dos valores consagrados no código de conduta e ética da Concessionária;
    - c) À transmissão de programas de carácter cultural; e
    - d) À sensibilização dos telespetadores para os direitos e deveres enquanto cidadãos.
  2. A programação do primeiro serviço de programas assegura a cobertura de manifestações que constituam fator de identidade ou formas de representação nacional, designadamente eventos de natureza institucional, cívica, social, cultural e desportiva.
  3. A programação do primeiro serviço de programas generalista visa o grande público, pelo que deve incluir programas de entretenimento, dando especial relevo a formatos diferenciadores face os serviços comerciais existentes no mercado., cujos padrões de criatividade, acessibilidade, responsabilidade ética, respeito pela dignidade humana e pelas minorias possam assumir-se como elementos reguladores da programação de televisão generalista.
- [...]
7. Tendo em conta o disposto na alínea a) do n.º 1 desta cláusula [9.ª], assim como no n.º 1 e na alínea c) do n.º 2 da cláusula 6.ª, o serviço de programas generalista de âmbito nacional dirigido ao grande público deve pelo menos incluir:
    - e) Espaços regulares diários em que sejam noticiados e devidamente contextualizados os principais acontecimentos nacionais e internacionais;
    - f) Espaços regulares de debate, com intervenção de personalidades representativas da vida política e social portuguesa;
    - g) Espaços regulares de entrevista a personalidades que se destaquem na atividade profissional ou cívica;
    - h) Espaços regulares de debate e entrevista sobre a atividade política nacional, que garantam o pluralismo e deem expressão às posições das instituições e forças políticas, em particular às representadas nas instituições parlamentares;
    - i) Espaços regulares de grande reportagem;
    - j) Espaços regulares de difusão de documentários originais, focando a realidade social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística com relevância para Portugal; e
    - k) Espaços adequados de cobertura jornalística dos períodos eleitorais relevantes.
  8. Tendo em conta o disposto na alínea b) do n.º 1 desta cláusula [9.ª] e no n.º 1 da cláusula 6.ª, a programação do primeiro serviço de programas generalista inclui necessariamente:
    - a) Espaços de entretenimento que promovam a integração das gerações e grupos sociais, favoreçam o contacto entre cidadãos residentes nas diferentes regiões do território nacional e entre eles e as comunidades residentes no estrangeiro e valorizem a língua e a cultura portuguesas e a coesão nacional;
    - b) Espaços de entretenimento com preocupação formativa que contribuam para a promoção da cultura geral e da abertura ao conhecimento;
    - c) Espaços de entretenimento originais e criativos que estimulem a presença de novos valores na televisão portuguesa.
- [...]
10. Tendo em conta o disposto nas alíneas b) e c) do n.º 1 desta cláusula [9.ª] e nas alíneas b), d), h) e j) do n.º 2 da cláusula 6.ª, o serviço de programas generalista de âmbito nacional dirigido ao grande público deve pelo menos incluir:
    - a) Espaços regulares de divulgação de obras, criadores e instituições culturais portuguesas;
- [...]



- c) Espaços regulares com grandes espetáculos culturais ou artísticos, em direto ou diferido, designadamente óperas, concertos, peças teatrais, bailados ou outras artes performativas;
- (...)
- d) Espaços regulares de programação lúdica, formativa e educativa para o público infantojuvenil; e
- e) Espaços regulares dedicados à promoção da cidadania, esclarecendo os telespetadores dos seus direitos e deveres de participação na vida pública, incentivando-os ao seu exercício e cumprimento, designadamente nas áreas política, educativa, cívica, ambiental e associativa.
11. Para efeitos do disposto nos n.ºs 7 e 10 da presente cláusula [9ª], e no quadro do disposto no n.º 2 da cláusula 8.ª, considera-se exigível a seguinte frequência mínima:
- a) Três vezes por dia para os noticiários;
- b) Semanal, para os programas de informação sobre as instituições políticas e promoção da cidadania, para os programas de debate e entrevista e para os programas de divulgação cultural;
- c) Quinzenal, para os programas de grande reportagem e documentários; e
- d) Mensal, para os grandes espetáculos culturais ou artísticos e para os programas dedicados à música portuguesa, assim como para a exibição de longas-metragens portuguesas.

**Fig. 35 Quadro de referência – Obrigações específicas do segundo serviço de programas generalista de âmbito nacional**

<b>Obrigações específicas da RTP2</b>
<b>Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015</b>
<b>Cláusula 10.ª - Segundo serviço de programas generalista de âmbito nacional</b>
<p>1. O segundo serviço de programas generalista de âmbito nacional compreende uma programação de forte componente cultural e formativa, aberta à sociedade civil.</p> <p>2. O segundo serviço de programas generalista de âmbito nacional deve assegurar de forma coerente uma programação cultural de qualidade e distinta dos demais serviços de programas televisivos de serviço público, em conformidade com o Projeto Estratégico a submeter pelo Conselho de Administração ao Conselho Geral Independente e a aprovar por este.</p> <p>3. A programação do serviço de programas a que se refere a presente cláusula constitui uma alternativa à oferta do primeiro serviço de programas generalista de âmbito nacional, bem como às ofertas de programação cultural do mercado, difundindo conteúdos audiovisuais que confirmam visibilidade a temas, causas e ideias com interesse para segmentos diversificados do público e que desta forma constituam um meio complementar de cumprimento da vocação universal do serviço público.</p> <p>4. O segundo serviço de programas generalista concede particular relevo na sua programação ao princípio da inovação, privilegiando a criatividade, a originalidade e o sentido crítico.</p> <p>5. O segundo serviço de programas generalista deve valorizar a educação, a ciência, a investigação, a saúde, a ação social, a igualdade de género, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar, as confissões religiosas, o ambiente e a defesa do consumidor, entre outros, com abertura à participação das entidades correspondentes na sua programação.</p> <p>6. Algumas das obrigações de programação previstas no número anterior podem ser asseguradas num outro serviço de programas oferecido em acesso não condicionado livre, de modo a promover-se a componente de conteúdos culturais e formativos do segundo serviço de programas.</p> <p>(...)</p> <p>8. O segundo serviço de programas generalista assegura espaços de informação diários que, de modo contextualizado, e aprofundado, desenvolvam o tratamento de matérias da atualidade nacional, regional e internacional, nomeadamente culturais.</p> <p>9. Os espaços de informação do segundo serviço de programas generalista podem recorrer a outros serviços de programas disponibilizados pela Concessionária em plataformas de acesso universal para desenvolver todas as matérias que, pelas características do meio, não possam ser objeto de tratamento exaustivo na emissão televisiva.</p> <p>10. O segundo serviço de programas generalista deve incluir espaços educativos e de entretenimento diários, destinados ao público infanto-juvenil e que contribuam para a sua formação.</p>

**Fig. 36 Quadro de referência – Obrigações específicas do serviço de programas temático informativo**

<b>Obrigações específicas da RTP3</b>
<b>Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015</b>
<b>Cláusula 13.ª - Serviço de programas temático informativo</b>
<p>1. O serviço de programas temático informativo destina-se à prestação especializada de informação nas suas diferentes formas, designadamente documentários, reportagens, noticiários e debates, acerca de temas, ideias e protagonistas não representados habitualmente na comunicação social, devendo fornecer uma informação de referência e alternativa face à oferta de mercado.</p>

2. O serviço de programas temático informativo deve ter também, a par da informação nacional e internacional, uma vocação de proximidade, concedendo especial atenção, através de uma cobertura territorial adequada, a temas com interesse para regiões e comunidades específicas, tendencialmente e sempre que possível através de janelas de programação com este propósito.

{...}

4. O serviço de programas temático informativo deve também assegurar a difusão, no território nacional, de programação produzida e difundida pelos serviços de programas de âmbito regional.
-

## ANEXO III – Figuras

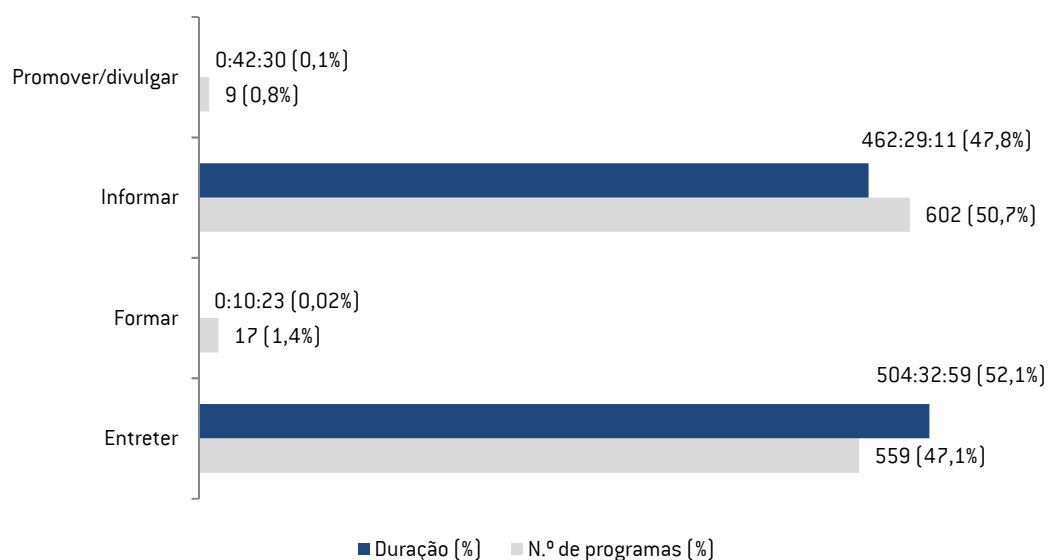
### RTP1

#### - Horário nobre (20h00-22h59)

Fig. 37 Frequência e duração dos géneros no horário nobre da RTP1 (2016)

RTP1				
Género	Horário nobre (20h00-22h59)			
	Duração		N.º de programas	
	hh:mm:ss	%	n	%
Serviço noticioso	286:48:28	29,6	322	27,1
Concurso/jogo	269:15:31	27,8	323	27,2
Transmissão desportiva	105:49:58	10,9	53	4,5
Série	87:21:46	9,0	125	10,5
Debate	60:07:35	6,2	58	4,9
Reportagem	48:30:46	5,0	79	6,7
Informação desportiva	24:09:23	2,5	45	3,8
Humor	23:23:02	2,4	45	3,8
Resumo desportivo	15:46:38	1,6	20	1,7
Documentário	10:20:40	1,1	11	0,9
Filme/telefilme	09:59:23	1,0	7	0,6
Espetáculo	07:27:53	0,8	5	0,4
Humanidades	07:17:58	0,8	9	0,8
Entrevista	03:53:53	0,4	6	0,5
Edição especial	03:46:03	0,4	4	0,3
Institucional	02:25:12	0,3	56	4,7
Talk show	01:15:26	0,1	1	0,1
Educativo	00:10:23	0,02	17	1,4
Religioso	00:05:05	0,01	1	0,1
<b>Total</b>	<b>967:55:03</b>	<b>100,0%</b>	<b>1187</b>	<b>100,0</b>

Fig. 38 Funções da programação de horário nobre da RTP1 (2016)



N=967h55m03s (n.º total de horas de emissão no horário nobre na RTP1); N=1187 (n.º total de programas no horário nobre na RTP1)

**- Informativos**

**Fig. 39 Duração dos géneros informativos, por período horário na RTP1 (2016)**

RTP1								
Género	Período horário							
	Manhã (6h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Noite (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Comentário	-	-	-	-	-	-	19:27:30	8,6
Debate	0:30:27	0,0	-	-	60:07:35	14,9	87:58:04	38,8
Edição especial	9:55:22	0,9	3:29:40	0,6	3:46:03	0,9	16:53:54	7,5
Entrevista	0:25:30	0,0	-	-	3:53:53	1,0	36:10:18	16,0
Magazine informativo	983:09:50	88,8	197:34:50	32,8	-	-	65:45:07	29,0
Reportagem	-	-	-	-	48:30:46	12,0	-	-
Serviço noticioso	112:49:20	10,2	400:41:47	66,6	286:48:28	71,1	0:27:15	0,2
<b>Total</b>	<b>1106:50:29</b>	<b>100,0</b>	<b>601:46:17</b>	<b>100,0</b>	<b>403:06:45</b>	<b>100,0%</b>	<b>226:42:08</b>	<b>100,0</b>

N=2338h25m39s (n.º total de horas de emissão de informativos na RTP1)

**Fig. 40 Frequência dos géneros informativos, por período horário na RTP1 (2016)**

RTP1								
Género	Período horário							
	Manhã (6h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Noite (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Comentário	-	-	-	-	-	-	25	6,5
Debate	1	0,2	-	-	58	12,4	117	30,3
Edição especial	6	1,0	4	0,6	4	0,9	9	2,3
Entrevista	1	0,2	-	0,0	6	1,3	44	11,4
Magazine informativo	377	60,3	247	37,4	-	-	190	49,2
Reportagem	-	-	-	-	79	16,8	-	-
Serviço noticioso	240	38,4	410	62,0	322	68,7	1	0,3
<b>Total</b>	<b>625</b>	<b>100,0</b>	<b>661</b>	<b>100,0</b>	<b>469</b>	<b>100,0</b>	<b>386</b>	<b>100,0</b>

N=2141 (n.º total de informativos na RTP1)

**Fig. 41 Duração dos géneros informativos, por período semanal na RTP1 (2016)**

RTP1				
Género	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Comentário	14:45:18	1,1	4:42:12	1,6
Debate	145:19:48	9,7	3:16:18	1,4
Edição especial	29:14:41	1,0	4:50:18	1,4
Entrevista	40:04:11	2,8	0:25:30	0,3
Magazine informativo	1056:07:50	40,0	190:21:57	28,4
Reportagem	30:31:23	2,3	17:59:23	10,3
Serviço noticioso	611:32:14	43,1	189:14:36	56,8
<b>Total</b>	<b>1927:35:25</b>	<b>100,0</b>	<b>410:50:14</b>	<b>100,0%</b>

N=2338h25m39s (n.º total de horas de emissão de informativos na RTP1)

**Fig. 42** Frequência dos géneros informativos, por período semanal na RTP1 (2016)

RTP1				
Género	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	n	%	n	%
Comentário	19	1,1	6	1,6
Debate	171	9,7	5	1,4
Edição especial	18	1,0	5	1,4
Entrevista	50	2,8	1	0,3
Magazine informativo	709	40,0	105	28,4
Reportagem	41	2,3	38	10,3
Serviço noticioso	763	43,1	210	56,8
<b>Total</b>	<b>1771</b>	<b>100,0</b>	<b>370</b>	<b>100,0</b>

N=2141 (n.º total de informativos na RTP1)

### - Infantis/juvenis

**Fig. 43** Duração das funções por géneros infantis/juvenis na RTP1 (2016)

RTP1				
Género	Função			
	Entreter		Formar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	60:21:46	59,3	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	55:50:29	100,0
Espaço contendor	26:03:12	25,6	-	-
Ficção infantil/juvenil	4:22:48	4,3	-	-
Outro (infantil/juvenil)	10:59:05	10,8	-	-
<b>Total</b>	<b>101:46:51</b>	<b>100,0</b>	<b>55:50:29</b>	<b>100,0</b>

N = 157h37m20s (n.º total de horas dos infantis/juvenis na RTP1)

**Fig. 44** Frequência das funções por géneros infantis/juvenis na RTP1 (2016)

RTP1				
Género	Função			
	Entreter		Formar	
	n	%	n	%
Desenho animado	320	70,2	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	255	100,0
Espaço contendor	105	23,0	-	-
Ficção infantil/juvenil	3	0,7	-	-
Outro (infantil/juvenil)	28	6,1	-	-
<b>Total</b>	<b>456</b>	<b>100,0</b>	<b>255</b>	<b>100,0</b>

N = 711 (n.º total de programas infantis/juvenis na RTP1)

**Fig. 45 Duração dos géneros infantis/juvenis por período horário na RTP1 (2016)**

RTP1		
Género	Período horário	
	Manhã (6h00-12h59)	
	hh:mm:ss	%
Desenho animado	60:21:46	38,3
Educativo infantil/juvenil	55:50:29	35,4
Espaço contentor	26:03:12	16,5
Ficção infantil/juvenil	4:22:48	2,8
Outro (infantil/juvenil)	10:59:05	7,0
<b>Total</b>	<b>157:37:20</b>	<b>100,0</b>

N = 157h37m20s (n.º total de horas de *infantis/juvenis* na RTP1)

**Fig. 46 Frequência dos géneros infantis/juvenis por período horário na RTP1 (2016)**

RTP1		
Género	Período horário	
	Manhã (6h00-12h59)	
	N	%
Desenho animado	320	45,0
Educativo infantil/juvenil	255	35,9
Espaço contentor	105	14,8
Ficção infantil/juvenil	3	0,4
Outro (infantil/juvenil)	28	3,9
<b>Total</b>	<b>711</b>	<b>100,0</b>

N=711 (n.º total de *infantis/juvenis* na RTP1)

**Fig. 47 Frequência e duração dos géneros *infantis/juvenis* por período semanal na RTP1 (2016)**

RTP1								
Género	Período semanal							
	Dia da semana				Fim de semana			
	hh:mm:ss	%	n	%	hh:mm:ss	%	n	%
Desenho animado	-	-	-	-	60:21:46	39,1	320	45,1
Educativo infantil/juvenil	-	-	-	-	55:50:29	36,1	255	36,0
Espaço contentor	-	-	-	-	26:03:12	16,9	105	14,8
Ficção infantil/juvenil	1:47:13	57,0	1	50,0	2:35:35	1,7	2	0,3
Outro (infantil/juvenil)	1:20:57	43,0	1	50,0	9:38:08	6,2	27	3,8
<b>Total</b>	<b>3:08:10</b>	<b>100,0</b>	<b>2</b>	<b>100,0</b>	<b>154:29:10</b>	<b>100,0</b>	<b>709</b>	<b>100,0</b>

N=157h37m20s (n.º total de horas de *infantis/juvenis* na RTP1); N=711 (n.º total de *infantis/juvenis* na RTP1)

## - Culturais/conhecimento

**Fig. 48 Frequência e duração das funções dos programas *culturais/conhecimento* na RTP1 (2016)**

RTP1				
Função	Duração		Programas	
	hh:mm:ss	n	n	%
Informar	308:09:10	79,7	704	85,0
Entreter	65:38:04	17,0	35	4,2
Formar	12:41:58	3,3	89	10,7
<b>Total</b>	<b>386:29:12</b>	<b>100,0</b>	<b>828</b>	<b>100,0</b>

N=386h29m12s (n.º total de horas de emissão de *culturais/conhecimento* na RTP1); N=828 (n.º total de *culturais/conhecimento* na RTP1)

**Fig. 49 Duração dos programas culturais/conhecimento por período horário na RTP1 (2016)**

RTP1								
Género	Período horário							
	Manhã (6h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Noite (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e media	03:35:40	3,9	00:40:48	6,1	-	-	08:11:00	3,2
Ciência	13:59:36	15,2	-	-	-	-	00:29:39	0,2
Documentário	37:00:38	40,2	02:04:11	18,6	10:20:40	40,9	82:18:34	31,9
Educativo	03:24:13	3,7	07:10:47	64,4	00:10:23	0,7	00:53:45	0,3
Espetáculo	02:13:07	2,4	00:48:34	7,3	07:27:53	29,5	55:08:30	21,4
Humanidades	07:47:15	8,5	00:24:36	3,7	07:17:58	28,9	73:12:52	28,4
Informação cultural	23:58:37	26,1	-	-	-	-	37:49:56	14,7
<b>Total</b>	<b>91:59:06</b>	<b>100,0</b>	<b>11:08:56</b>	<b>100,0</b>	<b>25:16:54</b>	<b>100,0</b>	<b>258:04:16</b>	<b>100,0</b>

N = 386h29m12s (n.º total de horas de emissão de culturais/conhecimento na RTP1)

**Fig. 50 Frequência dos programas culturais/conhecimento por período horário na RTP1 (2016)**

RTP1								
Género	Período horário							
	Manhã (6h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Noite (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Artes e media	17	7,7	2	3,6	-	-	13	2,6
Ciência	30	13,5	-	-	-	-	1	0,2
Documentário	46	20,7	1	1,8	11	26,2	107	21,0
Educativo	16	7,2	50	90,9	17	40,5	3	0,6
Espetáculo	1	0,5	1	1,8	5	11,9	28	5,5
Humanidades	25	11,3	1	1,8	9	21,4	277	54,4
Informação cultural	87	39,2	-	-	-	-	80	15,7
<b>Total</b>	<b>222</b>	<b>100,0</b>	<b>55</b>	<b>100,0</b>	<b>42</b>	<b>100,0</b>	<b>509</b>	<b>100,0</b>

N= 828 (n.º total de culturais/conhecimento na RTP1)

**Fig. 51 Frequência e duração dos programas culturais/conhecimento por período semanal na RTP1 (2016)**

RTP1								
Género	Período semanal							
	Dia de semana				Fim de semana			
	hh:mm:ss	%	n	%	hh:mm:ss	%	n	%
Artes e media	08:11:00	3,6	13	2,5	04:16:28	2,7	19	6,0
Ciência	-	-	-	-	14:29:15	9,1	31	9,8
Documentário	71:11:34	31,2	89	17,3	60:32:29	38,2	76	24,1
Educativo	01:13:05	0,5	41	8,0	10:26:03	6,6	45	14,3
Espetáculo	45:24:57	19,9	25	4,9	20:13:07	12,8	10	3,2
Humanidades	78:05:30	34,2	294	57,3	10:37:11	6,7	18	5,7
Informação cultural	24:02:30	10,5	51	9,9	37:46:03	23,9	116	36,8
<b>Total</b>	<b>228:08:36</b>	<b>100,0</b>	<b>513</b>	<b>100,0</b>	<b>158:20:36</b>	<b>100,0</b>	<b>315</b>	<b>100,0</b>

N=386h29m12s (n.º total de horas de emissão de culturais/conhecimento na RTP1); N=828 (n.º total de culturais/conhecimento na RTP1)

## RTP2

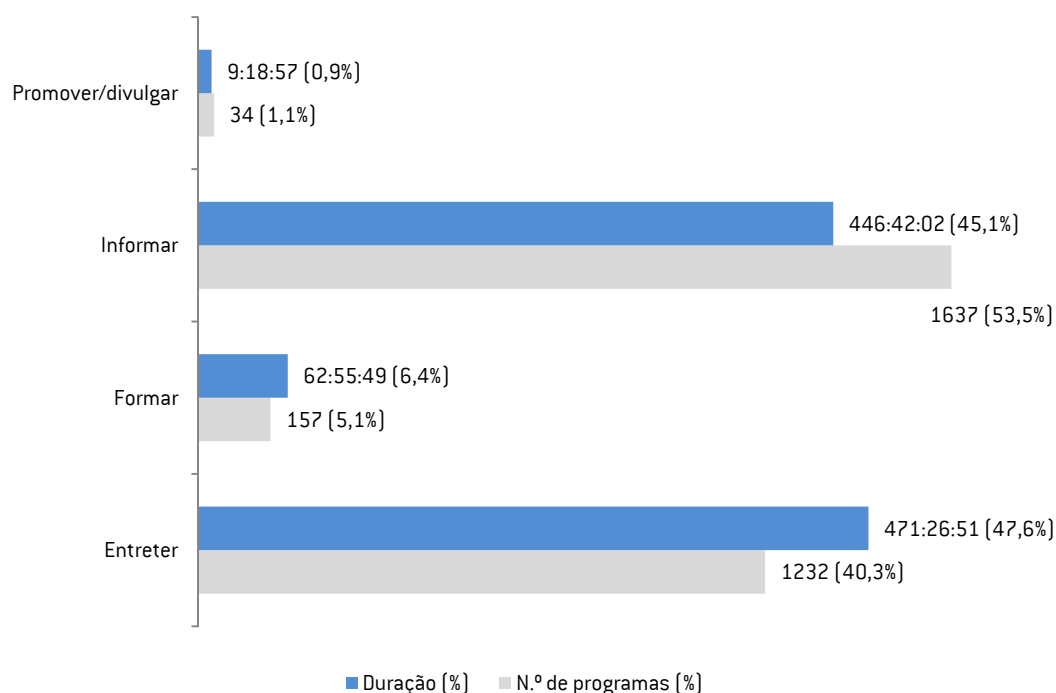
### - Horário nobre (20h00-22h59)

Fig. 52 Frequência e duração dos géneros no horário nobre da RTP2 (2016)

RTP2				
Género	Horário nobre (20h00-22h59)			
	Duração		Programas	
	hh:mm:ss	%	N	%
Série	297:41:44	30,1	449	14,7
Serviço noticioso	219:06:13	22,1	362	11,8
Humanidades	82:54:12	8,4	137	4,5
Desenho animado	80:12:50	8,1	404	13,2
Documentário	69:05:08	7,0	105	3,4
Ficção infantil/juvenil	50:44:25	5,1	121	4,0
Artes e media	40:36:38	4,1	94	3,1
Comentário	34:25:40	3,5	151	4,9
Informação cultural	18:29:42	1,9	452	14,8
Educativo infantil/juvenil	13:37:28	1,4	78	2,5
Institucional	14:16:11	1,4	78	2,5
Transmissão desportiva	13:04:13	1,3	14	0,5
Ciência	12:54:35	1,3	32	1,0
Espetáculo	09:07:05	0,9	7	0,2
Infotainment	07:03:21	0,7	10	0,3
Boletim meteorológico	05:57:27	0,6	351	11,5
Informação desportiva	06:06:43	0,6	5	0,2
Outro (infantil/juvenil)	04:33:43	0,5	182	5,9
Outro (entretenimento)	03:52:47	0,4	8	0,3
Filme/telefilme	02:19:56	0,2	4	0,1
Religioso	01:39:36	0,2	4	0,1
Magazine informativo	00:39:41	0,1	1	0,03
Resumo desportivo	00:52:17	0,1	5	0,2
Espaço contendor	00:59:19	0,1	4	0,1
Educativo	00:02:45	0,005	2	0,1
<b>Total</b>	<b>990:23:39</b>	<b>100,0</b>	<b>3060</b>	<b>100,0</b>



**Fig. 53 Funções da programação de horário nobre da RTP2 (2016)**



N=990h23m39s (n.º total de horas de emissão no horário nobre na RTP2); N=3060 (n.º total de programas no horário nobre na RTP2)

**- Informativos**

**Fig. 54 Duração dos géneros informativos por período horário na RTP2 (2016)**

RTP2								
Género	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Nobre (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	188:20:36	95,9	160:08:20	36,3	219:06:13	84,2	1019:36:43	79,9
Debate	-	-	22:44:31	5,2	-	-	21:26:42	1,7
Entrevista	1:21:17	0,7	7:54:57	1,8	-	-	40:37:08	3,2
Comentário	-	-	-	-	34:25:40	13,2	-	-
Magazine informativo	4:58:19	2,5	244:26:28	55,5	0:39:41	0,3	193:51:02	15,2
Boletim meteorológico	1:39:50	0,8	5:24:51	1,2	5:57:27	2,3	0:05:13	0,01
<b>Total</b>	<b>196:20:02</b>	<b>100,0</b>	<b>440:39:07</b>	<b>100,0</b>	<b>260:09:01</b>	<b>100,0</b>	<b>1275:36:48</b>	<b>100,0</b>

N=2172h44m58s (n.º total de horas de emissão de informativos na RTP2)

**Fig. 55 Frequência dos géneros informativos por período horário na RTP2 (2016)**

RTP2								
Género	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Nobre (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Serviço noticioso	345	75,2	241	28,3	362	41,8	280	47,1
Debate	-	-	32	3,8	-	-	46	7,7
Entrevista	2	0,4	12	1,4	-	-	59	9,9

Comentário	-	-	-	-	151	17,5	-	-
Magazine informativo	15	3,3	250	29,3	1	0,1	205	34,5
Boletim meteorológico	97	21,1	317	37,2	351	40,6	5	0,8
<b>Total</b>	<b>459</b>	<b>100,0</b>	<b>852</b>	<b>100,0</b>	<b>865</b>	<b>100,0</b>	<b>595</b>	<b>100,0</b>

N=2771 (n.º total de *informativos* na RTP2)

**Fig. 56 Duração dos géneros informativos por período semanal na RTP2 (2016)**

RTP2				
Género	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	1117:39:16	71,8	469:32:36	76,1
Debate	21:26:42	1,4	22:44:31	3,7
Entrevista	9:16:14	0,6	40:37:08	6,6
Comentário	27:14:02	1,8	7:11:38	1,2
Magazine informativo	371:10:17	23,9	72:45:13	11,8
Boletim meteorológico	8:57:47	0,6	4:09:34	0,7
<b>Total</b>	<b>1555:44:18</b>	<b>100,0</b>	<b>617:00:40</b>	<b>100,0</b>

N=2172h44m58s (n.º total de horas de emissão de *informativos* na RTP2)

**Fig. 57 Frequência dos géneros informativos por período semanal na RTP2 (2016)**

RTP2				
Género	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	926	46,2	302	39,4
Debate	46	2,3	32	4,2
Entrevista	14	0,7	59	7,7
Comentário	123	6,1	28	3,7
Magazine informativo	371	18,5	100	13,1
Boletim meteorológico	525	26,2	245	32,0
<b>Total</b>	<b>2005</b>	<b>100,0</b>	<b>766</b>	<b>100,0</b>

N=2771 (n.º total de *informativos* na RTP2)

## - Infantis/juvenis

**Fig. 58 Duração das funções por géneros infantis/juvenis na RTP2 (2016)**

RTP2						
Género	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	1591:45:26	77,0	-	-	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	5:30:10	0,3	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	109:14:38	5,3	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	596:19:40	100,0	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	44:02:36	65,5
Espaço contentor	309:01:58	14,9	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	51:59:02	2,5	-	-	23:12:47	34,5

<b>Total</b>	<b>2067:31:14</b>	<b>100,0</b>	<b>596:19:40</b>	<b>100,0</b>	<b>67:15:23</b>	<b>100,0</b>
--------------	-------------------	--------------	------------------	--------------	-----------------	--------------

N = 2731h06m17s (n.º total de horas dos *infantis/juvenis* na RTP2)

**Fig. 59** Frequência das funções por géneros *infantis/juvenis* na RTP2 (2016)

RTP2						
Género	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	N	%	N	%	N	%
Desenho animado	8909	81,6	-	-	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	8	0,1	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	222	2,0	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	3138	100,0	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	122	59,8
Espaço contendor	1248	11,4	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	525	4,8	-	-	82	40,2
<b>Total</b>	<b>10912</b>	<b>100,0</b>	<b>3138</b>	<b>100,0</b>	<b>204</b>	<b>100,0</b>

N = 14254 (n.º total de programas *infantis/juvenis* na RTP2)

**Fig. 60** Duração dos géneros *infantis/juvenis* por período horário na RTP2 (2016)

RTP2								
Género	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Nobre (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	952:39:07	58,8	558:53:29	58,3	80:12:50	53,4	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	5:30:10	0,3	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	38:05:02	2,4	20:25:11	2,1	50:44:25	33,8	-	-
Educativo infantil/juvenil	384:02:50	23,7	198:39:22	20,7	13:37:28	9,1	-	-
Informação infantil/juvenil	42:40:20	2,6	1:22:16	0,1	-	-	-	-
Espaço contendor	151:47:44	9,4	156:14:55	16,3	0:59:19	0,7	-	-
Outro (infantil/juvenil)	44:09:32	2,7	23:50:48	2,5	4:33:43	3,0	2:37:46	100,0
<b>Total</b>	<b>1618:54:45</b>	<b>100,0</b>	<b>959:26:01</b>	<b>100,0</b>	<b>150:07:45</b>	<b>100,0</b>	<b>2:37:46</b>	<b>100,0</b>

N = 2731h06m17s (n.º total de horas dos *infantis/juvenis* na RTP2)

**Fig. 61** Frequência dos géneros *infantis/juvenis* por período horário na RTP2 (2016)

RTP2								
Género	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Nobre (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Desenho animado	5267	63,3	3238	63,1	404	51,2	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	8	0,1	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	86	1,0	15	0,3	121	15,3	-	-
Educativo infantil/juvenil	1974	23,7	1086	21,2	78	9,9	-	-
Informação infantil/juvenil	118	1,4	4	0,1	-	-	-	-
Espaço contendor	613	7,4	631	12,3	4	0,5	-	-
Outro (infantil/juvenil)	259	3,1	160	3,1	182	23,1	6	100,0
<b>Total</b>	<b>8325</b>	<b>100,0</b>	<b>5134</b>	<b>100,0</b>	<b>789</b>	<b>100,0</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>

N = 14254 (n.º total de programas *infantis/juvenis* na RTP2)

**Fig. 62 Duração dos géneros infantis/juvenis por período semanal na RTP2 (2016)**

RTP2				
Género	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	1329:49:26	59,6	261:56:00	52,4
Concurso/jogo infantil/juvenil	-	-	5:30:10	1,1
Ficção infantil/juvenil	58:01:38	2,6	51:13:00	10,2
Educativo infantil/juvenil	478:09:08	21,4	118:10:32	23,6
Informação infantil/juvenil	16:12:46	0,7	27:49:50	5,6
Espaço contentor	309:01:58	13,9	-	-
Outro (infantil/juvenil)	39:46:24	1,8	35:25:25	7,1
<b>Total</b>	<b>2231:01:20</b>	<b>100,0</b>	<b>500:04:57</b>	<b>100,0</b>

N = 2731h06m17s (n.º total de horas dos *infantis/juvenis* na RTP2)

**Fig. 63 Frequência dos géneros infantis/juvenis por período semanal na RTP2 (2016)**

RTP2				
Género	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Desenho animado	7647	62,9	1262	60,3
Concurso/jogo infantil/juvenil	-	-	8	0,4
Ficção infantil/juvenil	131	1,1	91	4,3
Educativo infantil/juvenil	2636	21,7	502	24,0
Informação infantil/juvenil	58	0,5	64	3,1
Espaço contentor	1248	10,3	-	-
Outro (infantil/juvenil)	442	3,6	165	7,9
<b>Total</b>	<b>12162</b>	<b>100,0</b>	<b>2092</b>	<b>100,0</b>

N = 14254 (n.º total de programas *infantis/juvenis* na RTP2)

## - Culturais/conhecimento

**Fig. 64 Duração e frequência das funções dos programas culturais/conhecimento na RTP2 (2016)**

RTP2				
Função	Duração		N.º de programas	
	hh:mm:ss	%	N	%
Entreter	183:40:51	10,5	148	3,6
Formar	200:19:28	11,5	399	9,6
Informar	1363:30:18	78,0	3618	86,9
<b>Total</b>	<b>1747:30:37</b>	<b>100,0</b>	<b>4165</b>	<b>100,0</b>

N=1747h30m37s (n.º total de horas de emissão de *culturais/conhecimento* na RTP2); N=4165 (n.º total de *culturais/conhecimento* na RTP2)

**Fig. 65 Duração dos programas culturais/conhecimento por período horário na RTP2 (2016)**

RTP2								
Género	Período horário							
	Manhã [06h00-12h59]		Tarde [13h00-19h59]		Noite [20h00-22h59]		Noite/madrugada [23h00-05h59]	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e media	49:31:24	12,4	17:51:24	10,1	40:36:38	17,4	268:07:48	28,6
Humanidades	83:09:04	20,8	41:15:04	23,3	82:54:12	35,6	152:49:44	16,3
Ciência	56:46:29	14,2	31:05:35	17,6	12:54:35	5,5	61:20:06	6,5
Documentário	198:25:23	49,5	42:44:36	24,1	69:05:08	29,6	212:17:26	22,7
Espetáculo	0:42:21	0,2	13:46:30	7,8	9:07:05	3,9	157:53:27	16,9
Educativo	4:35:33	1,1	2:53:33	1,6	0:02:45	0,02	14:20:48	1,5
Informação cultural	7:29:30	1,9	27:30:15	15,5	18:29:42	7,9	69:44:32	7,4
<b>Total</b>	<b>400:39:44</b>	<b>100,0</b>	<b>177:06:57</b>	<b>100,0</b>	<b>233:10:05</b>	<b>100,0</b>	<b>936:33:51</b>	<b>100,0</b>

N=1747h30m37s (n.º total de horas de emissão de culturais/conhecimento na RTP2)

**Fig. 66 Frequência dos programas culturais/conhecimento por período horário na RTP2 (2016)**

RTP2								
Género	Período horário							
	Manhã [06h00-12h59]		Tarde [13h00-19h59]		Noite [20h00-22h59]		Noite/madrugada [23h00-05h59]	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Artes e media	86	10,8	38	4,4	94	11,3	422	25,1
Humanidades	302	37,8	73	8,5	137	16,5	306	18,2
Ciência	83	10,4	81	9,4	32	3,9	144	8,6
Documentário	250	31,3	62	7,2	105	12,7	260	15,5
Espetáculo	1	0,1	8	0,9	7	0,8	102	6,1
Educativo	20	2,5	24	2,8	2	0,2	38	2,3
Informação cultural	57	7,1	572	66,7	452	54,5	407	24,2
<b>Total</b>	<b>799</b>	<b>100,0</b>	<b>858</b>	<b>100,0</b>	<b>829</b>	<b>100,0</b>	<b>1679</b>	<b>100,0</b>

N=4165 (n.º total de culturais/conhecimento na RTP2)

**Fig. 67 Duração dos programas culturais/conhecimento por período semanal na RTP2 (2016)**

RTP2				
Género	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e media	282:26:20	24,5	93:40:54	15,8
Humanidades	285:19:57	24,7	74:48:07	12,6
Ciência	75:11:55	6,5	86:54:50	14,6
Documentário	409:43:34	35,5	112:48:59	19,0
Espetáculo	8:51:35	0,8	172:37:48	29,1
Educativo	14:12:15	1,2	7:40:24	1,3
Informação cultural	77:57:45	6,8	45:16:14	7,6
<b>Total</b>	<b>1153:43:21</b>	<b>100,0</b>	<b>593:47:16</b>	<b>100,0</b>

N=1747h30m37s (n.º total de horas de emissão de culturais/conhecimento na RTP2)

**Fig. 68** Frequência dos programas *culturais/conhecimento* por período semanal na RTP2 (2016)

RTP2				
Género	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Artes e media	482	17,0	158	11,8
Humanidades	696	24,6	122	9,1
Ciência	123	4,4	217	16,2
Documentário	515	18,2	162	12,1
Espetáculo	8	0,3	110	8,2
Educativo	39	1,4	45	3,4
Informação cultural	964	34,1	524	39,2
<b>Total</b>	<b>2827</b>	<b>100,0%</b>	<b>1338</b>	<b>100,0</b>

N=4165 (n.º total de *culturais/conhecimento* na RTP2)

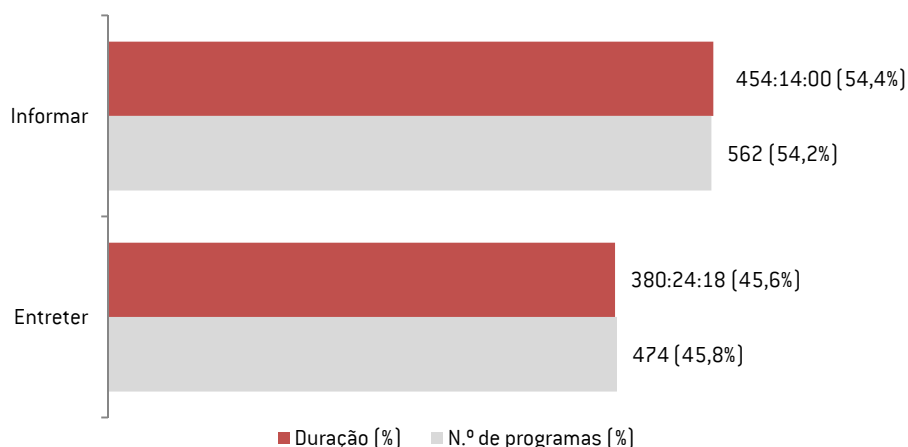
# SIC

## - Horário nobre (20h00-22h59)

Fig. 69 Frequência e duração dos gêneros no horário nobre (2016)

SIC				
Gênero	Horário nobre			
	Duração		Programas	
	hh:mm:ss	(%)	N	(%)
Serviço noticioso	442:35:12	53,0	355	34,3
Telenovela	320:04:03	38,3	406	39,2
Humor	17:55:21	2,1	30	2,9
Concurso/jogo	17:44:46	2,1	12	1,2
Transmissão desportiva	17:16:53	2,1	10	1,0
Ficção infantil/juvenil	6:01:09	0,7	5	0,5
Reportagem	5:00:17	0,6	10	1,0
Edição especial	3:17:25	0,4	2	0,2
Magazine informativo	2:50:05	0,3	185	17,9
Infotainment	1:04:40	0,1	3	0,3
Institucional	00:31:01	0,1	10	1,0
Outro (entretenimento)	00:17:26	0,03	8	0,8
<b>Total</b>	<b>834:38:18</b>	<b>100,0</b>	<b>1036</b>	<b>100,0</b>

Fig. 70 Frequência e duração das funções da programação de horário nobre da SIC (2016)



N=834h38m18s (n.º total de horas de emissão de programas no *horário nobre* na SIC); N=1036 (n.º total de programas no *horário nobre* na SIC)

## - Informativos

Fig. 71 Duração dos gêneros informativos, por período horário na SIC (2016)

SIC									
Gênero	Período horário								
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Nobre (20h00-22h59)		Madrugada (23h00-05h59)		
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	
Edição especial	3:22:30	0,7	4:06:43	1,0	3:17:25	0,7	2:00:24	7,5	
Reportagem	-	-	-	-	5:00:17	1,1	0:09:39	0,6	
Magazine informativo	30:48:42	6,1	-	-	2:50:05	0,6	24:32:37	91,9	
Serviço noticioso	467:02:59	93,2	422:54:36	99,0	442:35:12	97,5	-	-	
<b>Total</b>	<b>501:14:11</b>	<b>100,0</b>	<b>427:01:19</b>	<b>100,0</b>	<b>453:42:59</b>	<b>100,0</b>	<b>26:42:40</b>	<b>100,0</b>	

N=1408h41m09s (n.º total de horas de emissão de programas *informativos* na SIC)

**Fig. 72** Frequência dos gêneros informativos, por período horário na SIC (2016)

SIC								
Gênero	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Nobre (20h00-22h59)		Madrugada (23h00-05h59)	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
Edição especial	2	0,7	1	0,3	2	0,4	1	0,6
Reportagem	-	-	-	-	10	1,8	9	5,7
Magazine informativo	53	17,3	-	-	185	33,5	149	93,7
Serviço noticioso	251	82,0	375	99,7	355	64,3	-	-
<b>Total</b>	<b>306</b>	<b>100,0</b>	<b>376</b>	<b>100,0</b>	<b>552</b>	<b>100,0</b>	<b>159</b>	<b>100,0</b>

N=1393 (n.º total de programas informativos na SIC)

**Fig. 73** Duração dos gêneros informativos, por período semanal na SIC (2016)

SIC				
Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Edição especial	7:34:32	0,7	5:12:30	1,9
Magazine informativo	16:29:08	1,4	41:42:16	15,4
Reportagem	5:09:56	0,5	-	-
Serviço noticioso	1107:58:31	97,4	224:34:16	82,7
<b>Total</b>	<b>1137:12:07</b>	<b>100,0</b>	<b>271:29:02</b>	<b>100,0</b>

N=1408h41m09s (n.º total de horas de emissão de programas informativos na SIC)

**Fig. 74** Frequência dos gêneros informativos, por período semanal na SIC (2016)

SIC				
Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	N	(%)	N	(%)
Edição especial	4	0,4	2	0,6
Magazine informativo	288	26,6	99	31,9
Reportagem	19	1,8	-	-
Serviço noticioso	772	71,3	209	67,4
<b>Total</b>	<b>1083</b>	<b>100,0</b>	<b>310</b>	<b>100,0</b>

N=1621 (n.º total de programas informativos na SIC)

## - Infantis/juvenis

**Fig. 75** Duração das funções por gêneros infantis/juvenis na SIC (2016)

SIC						
Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Desenho animado	225:21:38	42,2	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	28:19:16	100,0	-	-
Ficção infantil/juvenil	200:31:10	37,5	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	11:02:54	2,1	-	-	0:06:44	100,0
Telenovela infantil/juvenil	68:50:18	12,9	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>534:12:00</b>	<b>100,0</b>	<b>28:19:16</b>	<b>100,0</b>	<b>0:06:44</b>	<b>100,0</b>

N=534h12m00s (n.º total de horas de emissão de programas infantis/juvenis na SIC)



**Fig. 76** Frequência das funções por gêneros infantis/juvenis na SIC (2016)

SIC						
Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)
Desenho animado	837	64,7	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	127	100,0	-	-
Ficção infantil/juvenil	238	18,4	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	26	2,0	-	-	1	0,1
Telenovela infantil/juvenil	65	5,0	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>1294</b>	<b>100,0</b>	<b>127</b>	<b>100,0</b>	<b>1</b>	<b>100,0</b>

N=1294 (n.º total de programas infantis/juvenis na SIC)

**Fig. 77** Duração dos gêneros infantis/juvenis por período horário na SIC (2016)

SIC								
Gênero	Período horário							
	Manhã [06h00-12h59]		Tarde [13h00-19h59]		Nobre [20h00-22h59]		Madrugada [23h00-05h59]	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Desenho animado	225:21:38	48,2%	-	-	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	28:19:16	6,1%	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	133:41:08	28,6%	54:35:04	100,0	6:01:09	100,0	6:13:49	100,0
Outro (infantil/juvenil)	11:09:38	2,4%	-	-	-	-	-	-
Telenovela infantil/juvenil	68:50:18	14,7%	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>467:21:58</b>	<b>100,0</b>	<b>54:35:04</b>	<b>100,0</b>	<b>6:01:09</b>	<b>100,0</b>	<b>6:13:49</b>	<b>100,0</b>

N=534h12m00s (n.º total de horas de emissão de programas infantis/juvenis na SIC)

**Fig. 78** Frequência dos gêneros infantis/juvenis por período horário na SIC (2016)

SIC								
Gênero	Período horário							
	Manhã [06h00-12h59]		Tarde [13h00-19h59]		Nobre [20h00-22h59]		Madrugada [23h00-05h59]	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
Desenho animado	837	67,3	-	-	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	127	10,2	-	-	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	187	15,0	39	100,0	5	100,0	7	100,0
Outro (infantil/juvenil)	27	2,2	-	-	-	-	-	-
Telenovela infantil/juvenil	65	5,2	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>1243</b>	<b>100,0</b>	<b>39</b>	<b>100,0</b>	<b>3</b>	<b>100,0</b>	<b>7</b>	<b>100,0</b>

N = 1294 (n.º total de programas infantis/juvenis na SIC)

**Fig. 79** Frequência e duração dos gêneros infantis/juvenis por período semanal na SIC (2016)

SIC								
Gênero	Período semanal							
	Dia da semana				Fim de semana			
	hh:mm:ss	(%)	N	(%)	hh:mm:ss	(%)	N	(%)
Desenho animado	-	-	-	-	225:21:38	48,4	837	67,6
Educativo infantil/juvenil	-	-	-	-	28:19:16	6,1	127	10,3
Ficção infantil/juvenil	65:40:27	95,8	52	92,9	134:50:43	29,0	186	15,0
Outro (infantil/juvenil)	-	-	-	-	11:09:38	2,4	27	2,2
Telenovela infantil/juvenil	2:51:11	4,2	4	7,1	65:59:07	14,2	61	4,9
<b>Total</b>	<b>68:31:38</b>	<b>100,0</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>	<b>465:40:22</b>	<b>100,0</b>	<b>1238</b>	<b>100,0</b>

N=534h12m00s (n.º total de horas de emissão de programas infantis/juvenis na SIC); N=1294 (n.º total de programas infantis/juvenis na SIC)

- Culturais/conhecimento

**Fig. 80** Frequência e duração das *funções* dos programas culturais/conhecimento na SIC (2016)

SIC				
Função	Duração		N.º de programas	
	hh:mm:ss	(%)	N	(%)
Informar	104:58:44	85,7	158	95,2
Entreter	17:30:03	14,3	8	4,8
<b>Total</b>	<b>122:28:47</b>	<b>100,0</b>	<b>166</b>	<b>100,0</b>

N = 166 (n.º total de programas culturais/conhecimento); N = 122h28m47ss (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento)

**Fig. 81** Duração dos programas culturais/conhecimento por período horário na SIC (2016)

SIC				
Gênero	Período horário			
	Manhã [06h00-12h59]		Noite/madrugada [23h00-05h59]	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Artes e <i>media</i>	-	-	0:16:02	0,5
Documentário	66:36:44	94,4	8:02:04	15,5
Espetáculo	3:57:06	5,6	13:32:57	26,1
Informação cultural	-	-	30:03:54	57,9
<b>Total</b>	<b>70:33:50</b>	<b>100,0</b>	<b>51:54:57</b>	<b>100,0</b>

N = 122h28m47ss (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento)

**Fig. 82** Frequência dos programas culturais/conhecimento por período horário na SIC (2016)

SIC				
Gênero	Período horário			
	Manhã [06h00-12h59]		Noite/madrugada [23h00-05h59]	
	N	(%)	N	(%)
Artes e <i>media</i>	-	-	8	10,7
Documentário	89	97,8	9	12,0
Espetáculo	2	2,2	6	8,0
Informação cultural	-	-	52	69,3
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>100,0</b>	<b>166</b>	<b>100,0</b>

N = 166 (n.º total de programas culturais/conhecimento)

**Fig. 83** Frequência e duração das dos programas culturais/conhecimento por período semanal na SIC (2016)

SIC								
Gênero	Período semanal							
	Dia da semana				Fim de semana			
	hh:mm:ss	(%)	N	(%)	hh:mm:ss	(%)	N	(%)
Artes e <i>media</i>	0:16:02	0,7	8	12,5	-	-	-	-
Documentário	1:12:50	3,1	1	1,6	73:25:58	87,8	97	95,1
Espetáculo	7:18:07	18,8	3	4,7	10:11:56	12,2	5	4,9
Informação cultural	30:03:54	77,4	52	81,3	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>38:50:53</b>	<b>100,0</b>	<b>64</b>	<b>100,0</b>	<b>83:37:54</b>	<b>100,0</b>	<b>102</b>	<b>100,0</b>

N = 122h28m47ss (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento); N = 166 (n.º total de programas culturais/conhecimento)

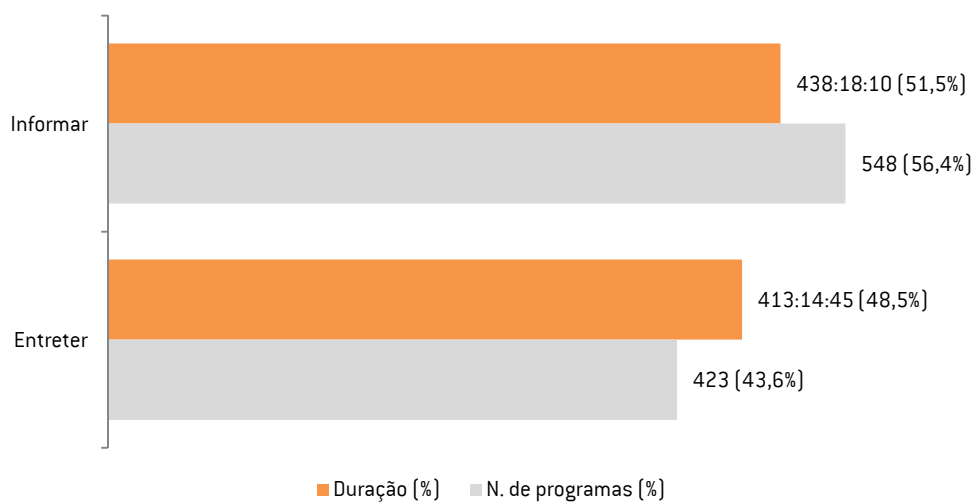
# TVI

## - Horário nobre (20h00-22h59)

Fig. 84 Frequência e duração dos géneros no horário nobre da TVI (2016)

TVI				
Género	Horário nobre			
	Duração		Programas	
	hh:mm:ss	(%)	N	(%)
Serviço noticioso	424:19:34	49,8	357	36,8
Telenovela	293:07:26	34,4	342	35,2
Concurso/jogo	50:02:31	5,9	26	0,03
Reality show	47:26:12	5,6	36	3,7
Transmissão desportiva	17:47:28	2,1	10	1,0
Edição especial	7:00:38	0,8	9	0,9
Institucional	4:03:20	0,5	138	14,2
Variedades	3:38:44	0,4	2	0,2
Informação desportiva	1:17:28	0,2	41	4,2
Reportagem	1:10:01	0,1	2	0,2
Ficção infantil/juvenil	0:47:16	0,1	1	0,1
Entrevista	0:27:09	0,1	1	0,1
Outro (entretenimento)	0:19:32	0,04	1	0,1
Humor	0:05:36	0,01	5	0,5
<b>Total</b>	<b>851:32:55</b>	<b>100,0</b>	<b>971</b>	<b>100,0</b>

Fig. 85 Funções da programação de horário nobre da TVI (2016)



N=851h32m55s (n.º total de horas de emissão no horário nobre na TVI); N=971 (n.º total de programas no horário nobre na TVI)

- Informativo

Fig. 86 Duração dos *gêneros informativos*, por período horário na TVI (2016)

TVI								
Gênero	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Noite (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Edição especial	1:37:20	0,2	-	-	7:00:38	1,6	-	-
Magazine informativo	756:37:05	99,7	-	-	-	-	5:41:04	100,0
Serviço noticioso	0:55:36	0,1	425:11:10	100,0	424:19:34	98,0	-	-
Entrevista	-	-	-	-	0:27:09	0,1	-	-
Reportagem	-	-	-	-	1:10:01	0,3	-	-
<b>Total</b>	<b>759:10:01</b>	<b>100,0</b>	<b>425:11:10</b>	<b>100,0</b>	<b>432:57:22</b>	<b>100,0</b>	<b>5:41:04</b>	<b>100,0</b>

N=1622h59m37s (n.º total de horas de emissão de programas *informativos* na TVI)

Fig. 87 Frequência dos *gêneros informativos*, por período horário na TVI (2016)

TVI								
Gênero	Período horário							
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Noite (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
Edição especial	1	0,3	-	-	9	2,4	-	-
Entrevista	-	-	-	-	1	0,3	-	-
Magazine informativo	312	99,0	-	-	-	-	23	100,0
Reportagem	-	-	-	-	2	0,5	-	-
Serviço noticioso	2	0,6	374	100,0	357	96,7	-	-
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100,0</b>	<b>374</b>	<b>100,0</b>	<b>369</b>	<b>100,0</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>

N=1081 (n.º total de programas *informativos* na TVI)

Fig. 88 Frequência e duração dos *gêneros informativos*, por período semanal na TVI (2016)

TVI								
Gênero	Período semanal							
	Dia da semana				Fim de semana			
	hh:mm:ss	(%)	N	(%)	hh:mm:ss	(%)	N	(%)
Edição especial	4:57:55	0,4	7	0,8	3:40:03	1,6	3	1,3
Entrevista	0:27:09	0,03	1	0,1	-	-	-	-
Magazine informativo	756:49:32	54,1	313	37,1	5:28:37	2,4	22	9,2
Reportagem	-	-	-	-	1:10:01	0,5	2	0,8
Serviço noticioso	635:52:14	45,5	522	61,9	214:34:06	95,4	211	88,7
<b>Total</b>	<b>1398:06:50</b>	<b>100,0</b>	<b>843</b>	<b>100,0</b>	<b>224:52:47</b>	<b>100,0</b>	<b>238</b>	<b>100,0</b>

N=1622h59m37s (n.º total de horas de emissão de *informativos* na TVI); N=1081 (n.º total de *informativos* na TVI)

- Infantil/juvenil

Fig. 89 Frequência e duração das *funções por gêneros infantis/juvenis* na TVI (2016)

TVI				
Gênero	Função			
	Entreter			
	hh:mm:ss	(%)	N	(%)
Desenhos animados	184:10:53	34,6	485	50,3
Ficção infantil/juvenil	248:05:42	46,6	338	35,0

Telenovela infantil/juvenil	100:39:01	18,9	142	14,7
<b>Total</b>	<b>532:55:36</b>	<b>100,0</b>	<b>965</b>	<b>100,0</b>

N = 532h55m36s (n.º total de horas de emissão de infantis/juvenis na TVI); N = 965 (n.º total de infantis/juvenis na TVI)

**Fig. 90 Duração dos géneros infantis/juvenis por período horário na TVI (2016)**

TVI						
Género	Período horário					
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Noite (20h00-22h59)	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Desenhos animados	184:10:53	41,3	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	235:33:48	52,8	11:44:38	13,7	0:47:16	100,0
Telenovela infantil/juvenil	26:42:31	6,0	73:56:30	86,3	-	-
<b>Total</b>	<b>446:27:12</b>	<b>100,0</b>	<b>85:41:08</b>	<b>100,0</b>	<b>0:47:16</b>	<b>100,0</b>

N = 532h55m36s (n.º total de horas de emissão de *infantis/juvenis* na TVI)

**Fig. 91 Frequência dos géneros infantis/juvenis por período horário na TVI (2016)**

TVI						
Género	Período horário					
	Manhã (06h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Noite (20h00-22h59)	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)
Desenhos animados	485	56,9	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	328	38,5	9	8,0	1	100,0
Telenovela infantil/juvenil	39	4,6	103	92,0	-	-
<b>Total</b>	<b>852</b>	<b>100</b>	<b>112</b>	<b>100,0</b>	<b>1</b>	<b>100,0</b>

N = 965 (n.º total de *infantis/juvenis* na TVI)

**Fig. 92 Frequência e duração dos géneros infantis/juvenis por período semanal na TVI (2016)**

TVI								
Género	Período semanal							
	Dia da semana				Fim de semana			
	hh:mm:ss	(%)	N	(%)	hh:mm:ss	(%)	N	(%)
Desenhos animados	0:45:11	1,1	2	2,1	183:25:42	39,4	483	55,6
Ficção infantil/juvenil	8:57:54	13,2	10	10,3	239:07:48	51,4	328	37,8
Telenovela infantil/juvenil	57:57:37	85,6	85	87,6	42:41:24	9,2	57	6,6
<b>Total</b>	<b>67:40:42</b>	<b>100,0</b>	<b>97</b>	<b>100,0</b>	<b>465:14:54</b>	<b>100,0</b>	<b>868</b>	<b>100,0</b>

N = 532h55m36s (n.º total de horas de emissão de *infantis/juvenis* na TVI); N = 965 (n.º total de *infantis/juvenis* na TVI)

## - Cultural/conhecimento

**Fig. 93 Frequência e duração das funções dos programas culturais/conhecimento na TVI (2016)**

TVI				
Função	Duração		N.º programas	
	hh:mm:ss	(%)	N	(%)
Informar	43:34:30	92,1	52	96,3
Entreter	3:43:07	7,9	2	3,7
<b>Total</b>	<b>47:17:37</b>	<b>100,0</b>	<b>54</b>	<b>100,0</b>

N = 47h17m37s (n.º total de horas de emissão de culturais/conhecimento na TVI); N = 54 (n.º total de culturais/conhecimento na TVI)

**Fig. 94 Duração dos programas culturais/conhecimento por período horário na TVI (2016)**

TVI				
Género	Período horário			
	Tarde (13h00-19h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Artes e media	-	-	43:34:30	96,0
Espetáculo	1:53:46	100,0	1:49:21	4,0
<b>Total</b>	<b>1:53:46</b>	<b>100,0</b>	<b>45:23:51</b>	<b>100,0</b>

N = 47h17m37s (n.º total de horas de emissão de culturais/conhecimento na TVI)

**Fig. 95 Frequência dos programas culturais/conhecimento por período horário na TVI (2016)**

TVI				
Género	Período horário			
	Tarde (13h00-19h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Artes e media	-	-	52	98,1
Espetáculo	1	100,0	1	1,89
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100,0</b>	<b>53</b>	<b>100,0</b>

N = 54 (n.º total de culturais/conhecimento na TVI)

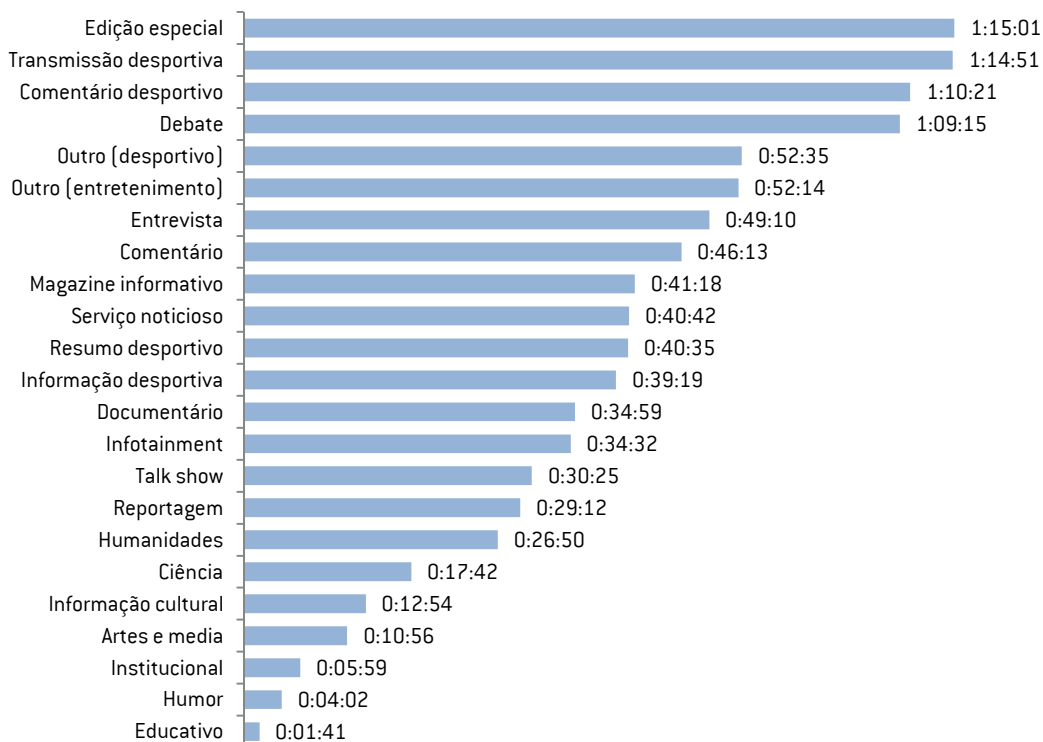
**Fig. 96 Frequência e duração dos programas culturais/conhecimento por período semanal na TVI (2016)**

TVI								
Género	Período semanal							
	Dia da semana				Fim de semana			
	hh:mm:ss	(%)	N	(%)	hh:mm:ss	(%)	N	(%)
Artes e media	42:47:58	95,9	51	98,1	0:46:32	29,0	1	50,0
Espetáculo	1:49:21	4,1	1	1,9	1:53:46	71,0	1	50,0
<b>Total</b>	<b>44:37:19</b>	<b>100,0</b>	<b>52</b>	<b>100,0</b>	<b>2:40:18</b>	<b>100,0</b>	<b>2</b>	<b>100,0</b>

N = 47h17m37s (n.º total de horas de emissão de culturais/conhecimento na TVI); N = 54 (n.º total de culturais/conhecimento na TVI)

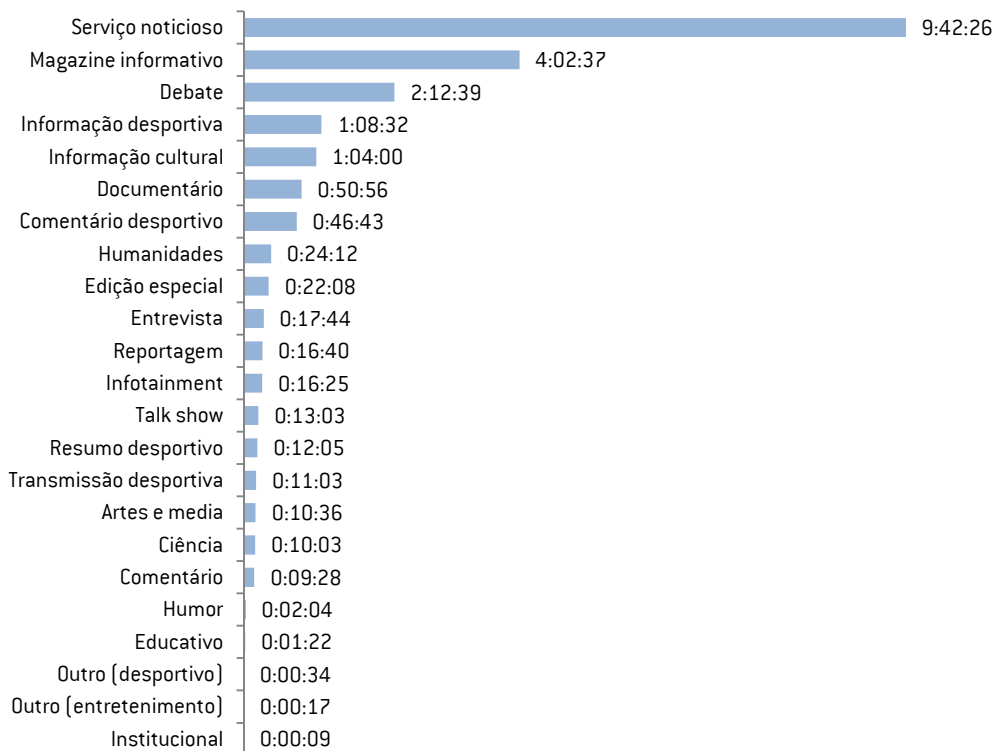
## RTP3

**Fig. 97** Duração média anual dos géneros televisivos na RTP3 (2016)



N = 8270h16m46s (n.º total de horas de emissão); N = 13731 (n.º total de programas)

**Fig. 98** Duração média diária dos géneros televisivos na RTP3 (2016)



N = 8270h16m46s (n.º total de horas de emissão); N = 13731 (n.º total de programas)

**Fig. 99 Duração dos *macrogéneros* por período horário na RTP3 (2016)**

RTP3								
Macrogénero	Período horário							
	Manhã (6h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Nobre (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Cultural/conhecimento	235:38:45	9,8	185:15:13	7,7	216:43:04	20,5	345:31:46	14,3
Desportivo	42:24:47	1,8	315:10:12	13,1	123:23:44	11,7	366:33:59	15,1
Entretenimento	28:44:19	1,2	56:00:28	2,3	20:59:26	2,0	88:22:54	3,7
Informativo	2088:04:41	87,2	1841:33:34	76,8	694:59:42	65,8	1619:56:24	66,9
Institucional/religioso	0:17:57	0,01	0:05:58	0,0	0:06:00	0,01	0:23:53	0,02
<b>Total</b>	<b>2395:10:29</b>	<b>100,0</b>	<b>2398:05:25</b>	<b>100,0</b>	<b>1056:11:56</b>	<b>100,0</b>	<b>2420:48:56</b>	<b>100,0</b>

N = 8270h16m46s (n.º total de horas de emissão)

**Fig. 100 Frequência dos *macrogéneros* por período horário na RTP3 (2016)**

RTP3								
Macrogénero	Período horário							
	Manhã (6h00-12h59)		Tarde (13h00-19h59)		Nobre (20h00-22h59)		Noite/madrugada (23h00-05h59)	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Cultural/conhecimento	1391	34,3	704	17,9	508	39,4	937	21,0
Desportivo	139	3,4	410	10,4	105	8,2	394	8,8
Entretenimento	166	4,1	118	3,0	58	4,5	179	4,0
Informativo	2357	58,1	2695	68,6	616	47,8	2945	66,0
Institucional/religioso	3	0,1	1	0,03	1	0,1	4	0,09
<b>Total</b>	<b>4056</b>	<b>100,0</b>	<b>3928</b>	<b>100,0</b>	<b>1288</b>	<b>100,0</b>	<b>4459</b>	<b>100,0</b>

N = 13731 (n.º total de programas)



## PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

### ANÁLISE DA INFORMAÇÃO DIÁRIA – RTP1, RTP2, SIC E TVI

#### I. NOTA INTRODUTÓRIA

A monitorização da informação diária contempla os blocos informativos de horário nobre, emitidos pelos quatro serviços de programas generalistas de sinal aberto: o “Telejornal”<sup>1</sup> da RTP1 e o “Jornal 2” da RTP2 do operador de serviço público; e os noticiários dos operadores privados, o “Jornal da Noite”<sup>2</sup> da SIC e o “Jornal das 8”<sup>3</sup> da TVI.

A amostra de 2016 contempla um total de 2853 peças com a seguinte distribuição por serviços noticiosos: “Telejornal”, 764 peças; “Jornal 2”, 389 peças; “Jornal da Noite”, 824 peças; “Jornal das 8”, 876 peças.

Os dados apresentados neste Relatório dão continuidade ao trabalho iniciado em 2006, contemplando as evoluções analíticas subsequentes.

Os serviços noticiosos abrangidos pela análise são avaliados com base na verificação das obrigações legais a que estão cometidos, especificamente, aquelas respeitantes à diversidade e pluralismo, ao rigor e isenção informativos, e à proteção de públicos vulneráveis e sensíveis, designadamente menores de idade. Os resultados emanados da análise da informação diária televisiva têm, precisamente, como sustentação as dimensões referidas.

Do ponto de vista da regulação, e para efeitos deste Relatório, a análise da diversidade e do pluralismo é realizada, *grasso modo*, a partir dos temas, protagonistas e fontes de informação das peças, assim como do seu enfoque geográfico.

Os princípios associados à diversidade e pluralismo estão previstos numa multiplicidade de documentos legais aplicáveis ao setor dos *media*. Os dois conceitos (diversidade e pluralismo) surgem muitas vezes associados, ou enquanto sinónimos, resvalando em alguma indistinção. Em sentido lato, o conceito de diversidade dos *media* refere-se à heterogeneidade dos conteúdos, dos suportes ou da propriedade.

Por seu turno, o conceito de pluralismo, nas vertentes política, social e cultural, constitui um dos valores fundacionais da democracia, sendo com base nessa dimensão que se orienta a presente análise<sup>4</sup>.

Por outro lado, a verificação do rigor informativo resulta do facto de este ser estruturante do campo jornalístico. Considera-se rigorosa uma informação de conteúdo ajustado à realidade e com reduzido grau de indeterminação. O rigor associa-se estreitamente à qualidade, fiabilidade e credibilidade da informação.

Este conceito da prática jornalística pressupõe uma tentativa de distanciamento, de neutralidade (rejeição de subjetividade) e de independência do órgão de comunicação social em relação ao acontecimento ou intervenientes que são objeto de cobertura noticiosa. Possui

---

<sup>1</sup> Transmitido em simultâneo pela RTP1 e RTP3.

<sup>2</sup> Desde 9 de novembro de 2015, transmitido em simultâneo pela SIC generalista e SIC Notícias.

<sup>3</sup> Também transmitido em simultâneo pela TVI generalista e TVI24.

<sup>4</sup> Esta dimensão, restringida à área política, também é acompanhada pela ERC nos seus relatórios anuais sobre o pluralismo político-partidário.

também uma relação direta com o equilíbrio e a igualdade de oportunidades, no sentido da adoção de uma atitude não discriminatória.

O rigor prevê ainda a apresentação dos factos e a sua verificação, a audição das partes com interesses atendíveis, a separação entre factos e opiniões, a correta identificação e citação das fontes de informação.

No que se refere à proteção de públicos mais vulneráveis, o olhar do Regulador detém-se sobretudo na necessária proteção dos menores de idade, na representação mediática que deles é feita, considerando a sua identidade, assim como as situações de vulnerabilidade física ou psicológica.

Assim, e com base nas dimensões de análise *supra* mencionadas, o **capítulo II** apresenta a síntese dos principais resultados, destacando as tendências observadas durante o ano emanadas da análise dos dados.

O **capítulo III** é dedicado à exposição e leitura dos dados estatísticos resultantes da análise à amostra de 2016. Este ponto do Relatório avalia, em primeiro lugar, os aspetos da diversidade e pluralismo, através de indicadores relativos aos temas, à geografia, às fontes de informação e aos atores. Em segundo lugar, aprecia a dimensão do rigor e isenção, refletindo sobre: a separação entre informação e opinião; os elementos opinativos no discurso do operador; a atribuição e identificação das fontes de informação; o respeito pelo princípio do contraditório; a identificação do local dos acontecimentos; a objetividade jornalística; o respeito pela presunção de inocência; os elementos violentos e a advertência prévia; e a proteção da identidade das vítimas. Por fim, são observados os conteúdos com presença ou referência a menores de idade, tendo por finalidade verificar o tratamento jornalístico que lhes é conferido.

No **capítulo IV** são elencados os princípios legais que sustentam as atribuições do Conselho Regulador da ERC em matéria de informação, assim como as normas que norteiam a prática jornalística de acordo com as dimensões de análise consideradas.

Os dispostos legais sumariados neste capítulo servem de base à conceção do estudo aqui apresentado. Considerando que as referidas obrigações legais não são passíveis de verificação direta, a conceção desta análise configura-se como uma densificação das mesmas, pressupondo, simultaneamente, a interligação entre diversas variáveis, assim como a sua análise ao longo do tempo, de modo a identificar tendências e regularidades.

No **capítulo V** é disponibilizada uma síntese dos estatutos editoriais e outros mecanismos de independência editorial referentes aos serviços de programas generalistas de sinal aberto em análise e respetivos serviços noticiosos. Estes documentos definem o perfil da informação com o qual os operadores se comprometem e contribuem para a verificação da sua conformidade com os dados apurados.

No **capítulo VI** são explicitadas detalhadamente as opções metodológicas do presente estudo, a segmentação dos indicadores analíticos por cada dimensão de análise, a definição de conceitos técnicos, assim como uma caracterização da amostra do ano 2016.

Finalmente, no **capítulo VII**, encontra-se toda a informação complementar à análise de dados. Este capítulo contempla o **Anexo I**, que descreve o procedimento de construção da amostra utilizada no estudo. No **Anexo II** são definidas todas as variáveis que constituem a grelha analítica aplicada aos conteúdos dos blocos informativos. Já o **Anexo III** apresenta um conjunto de dados estatísticos complementares à análise realizada no capítulo III. Finalmente, o **Anexo IV**

pretende contribuir para um melhor entendimento da diversidade temática, geográfica, de atores e de fontes de informação nos serviços noticiosos analisados. Através do indicador *diversidade por edição* pretende-se avaliar individualmente estes aspetos relativamente a cada uma das 30 edições que compõem a amostra dos quatro noticiários analisados.

## II. SÍNTESE DOS PRINCIPAIS RESULTADOS

### DIVERSIDADE E PLURALISMO NA INFORMAÇÃO DIÁRIA

#### DIVERSIDADE E PLURALISMO TEMÁTICO

1. A análise da informação diária de horário nobre evidencia que a distribuição dos temas é desproporcionada, com três temáticas a destacarem-se, enquanto uma parte significativa das restantes têm uma proporção diminuta.
2. A generalidade dos canais noticia a atualidade nacional através dos temas *política*, *desporto* e *ordem interna*. Excetua-se o “Jornal 2” pelo facto do *desporto* ser residual, sobressaindo, antes, a *política internacional* e a *cultura*.
3. A *política nacional* é sobretudo representada através das *atividades do Presidente da República*, Marcelo Rebelo de Sousa, do *Governo* e dos *partidos políticos* da oposição parlamentar. Neste plano, verifica-se uma forte incidência nas matérias económicas e financeiras.
4. O *desporto* concentra-se na cobertura do calendário futebolístico, nacional e internacional, que suplantou em larga escala outras modalidades desportivas, mesmo num ano de realização de Jogos Olímpicos.
5. A *política internacional*, bastante evidente na *RTP2*, é significativamente representada pela cobertura de *atentados e terrorismo* (Nice, Berlim e Bruxelas). O mesmo acontece na área da *cultura*, em peças que divulgam a agenda cultural.

#### DIVERSIDADE E PLURALISMO GEOGRÁFICO NACIONAL

6. A grande maioria das peças dos quatro noticiários refere atividades no, ou com relação ao, território nacional e, apesar de as diferentes regiões de Portugal serem referidas, evidencia-se um maior destaque da região da *Grande Lisboa*.
7. Esta região é dominada pelos temas da *política nacional* (*atividades da Presidência da República*), *desporto* (*futebol*), *cultura* (*artes e eventos culturais*) e *ordem interna* (*atividades policiais*).
8. Os noticiários da *RTP1* e da *SIC* pautam-se por um peso maior de conteúdos *relacionados* com a região *Norte* (sobre *incêndios* e *futebol*) e com *várias regiões de Portugal* (transmissão dos blocos meteorológicos na *SIC*, *incêndios*, *atividades policiais* e campanha para as eleições presidenciais).
9. No caso da *RTP2*, o *Grande Porto* sobrepõe-se, surgindo como a segunda região mais referida, estando muito associada à divulgação de eventos culturais e a entrevistas realizadas em estúdio a agentes culturais.
10. As *Regiões Autónomas da Madeira* e dos *Açores* são, nos quatro noticiários, as menos referidas.

#### DIVERSIDADE E PLURALISMO GEOGRÁFICO INTERNACIONAL

11. Cerca de metade das peças dos quatro noticiários referem atividades no, ou com relação ao, território internacional. Nestas peças diversos países são referidos, contudo os do *continente europeu* têm maior destaque.

**12.** Este continente associa-se às temáticas *atentados e terrorismo* (ataque em Nice, França, e no mercado de Natal em Berlim) e *futebol* (campeonato europeu em França, Liga Europa, Liga Inglesa, e os jogos das equipas espanholas, Barcelona e Real Madrid).

**13.** O *continente americano* aparece na segunda posição, excetuando-se os conteúdos do “Jornal 2” da RTP2. Sobressaem os *Estados Unidos da América*, devido à campanha e eleições presidenciais de 8 de novembro de 2016.

**14.** As peças com referências a *vários países* surgem na terceira posição na maioria dos blocos informativos, encontrando-se em segundo lugar no caso do noticiário da RTP2, verificando-se uma incidência dos temas *atentados e terrorismo, casos de justiça e restantes modalidades desportivas*.

**15.** O *continente africano* surge menos vezes nos conteúdos informativos, com maior evidência no “Telejornal” da RTP1, e menor no “Jornal das 8” da TVI.

#### DIVERSIDADE E PLURALISMO DE FONTES DE INFORMAÇÃO

**16.** Verifica-se uma diversificação das fontes, contudo a sua distribuição é desigual nos quatro serviços noticiosos. Algumas áreas de *fontes* registam valores residuais (*defesa, urbanismo, educação e ambiente*), enquanto outras ocupam um espaço acentuado.

**17.** As *fontes da política nacional* são as mais utilizadas nos quatro noticiários: com maior destaque no “Jornal 2” da RTP2, e menor no “Jornal das 8” da TVI.

**18.** Dentro desta área de *fontes*, a mais presente provém do *Governo* (primeiro-ministro e ministros), seguido dos *partidos políticos da oposição parlamentar*, e de Marcelo Rebelo de Sousa, na figura de *Presidente da República*, eleito em janeiro de 2016.

**19.** O *desporto*, dominado pelo futebol, é, na quase totalidade dos blocos informativos, a segunda categoria de *fontes* mais presente. Não é o caso do “Jornal 2”, onde regista valores marginais, justificados pela já referida escassez daquele tipo de conteúdos

**20.** Com um formato distinto dos restantes noticiários, o “Jornal 2” tem como segunda categoria de *fontes* mais representada a *cultura*. São *artistas e outros criadores*, e a sua proeminência deve-se à realização de entrevistas em estúdio, bem como a peças de divulgação de eventos.

**21.** Nos blocos informativos de serviço público, a terceira categoria de *fontes* mais visível é a *comunidade internacional*, particularmente impulsionada pelas figuras envolvidas nas eleições presidenciais dos Estados Unidos da América, mas também nas relações diplomáticas deste país com o resto do mundo.

**22.** No que respeita aos operadores privados, a terceira categoria de *fontes* mais proeminente no “Jornal da Noite” da SIC é *comunicação*, refletindo, na maior parte dos casos, o recurso a jornais nacionais enquanto *fonte de informação*, e imagens de jogos de futebol da Sport TV.

**23.** Já a TVI recorre mais frequentemente a *fontes* provenientes da *sociedade*, tais como *moradores/habitantes, adultos, família, outros movimentos cívicos/humanitários*.

#### DIVERSIDADE E PLURALISMO DE ATORES

**24.** Os dados mostram que a generalidade das peças é personalizada, tendo pelo menos um *protagonista*, e apesar de se registar uma diversidade de *atores*, existe um predomínio daqueles oriundos da *política nacional, do desporto e da ordem interna*.

**25.** O *Presidente da República, ministros e o primeiro-ministro* são os *atores* mais destacados na área da *política nacional*.

**26.** No *desporto*, os futebolistas e treinadores dos clubes da Primeira Liga são os mais evidenciados, face a atletas de outras modalidades.

**27.** Na *ordem interna*, os *suspeitos de crimes e atos ilícitos* são os mais presentes. Trata-se, no plano internacional, de envolvidos em atos terroristas e, no plano nacional, no alegado homicida Pedro Dias, no período em que se manteve foragido.

28. Os protagonistas da informação de horário nobre são sobretudo *homens de nacionalidade portuguesa*.

29. A presença das *mulheres* — considerando o total de portuguesas e estrangeiras — corresponde a uma fatia diminuta da amostra de 2016. Sobressaem as provenientes das áreas da *política nacional e europeia, cultura, sociedade, ordem interna e saúde e ação social*.

30. As peças com *protagonistas de ambos os sexos* provêm, na maioria dos casos, da *política nacional e da sociedade*.

31. Nas peças com *protagonistas internacionais*, destacam-se os oriundos de cinco áreas: *comunidade internacional e europeia (representantes de Estado e de Governo estrangeiros e dos países-membros), ordem interna (suspeitos de crimes e atos ilícitos, vítimas e representantes de forças de segurança), desporto (atletas e técnicos desportivos europeus) e cultura (artistas e outros criadores)*.

## RIGOR E ISENÇÃO INFORMATIVOS

### SEPARAÇÃO ENTRE INFORMAÇÃO E OPINIÃO

32. Observa-se uma tendência comum a todos os noticiários analisados: as peças com *registo jornalístico informativo* são as mais recorrentes, o que significa que boa parte das edições são preenchidas com notícias e reportagens.

33. Ainda assim, regista-se a existência de espaços reservados ao *comentário* e à opinião em todos eles. O mais comum é a transmissão em direto, a partir do estúdio, desses comentários.

34. É possível distinguir entre comentários pontuais realizados por profissionais da informação ou especialistas de outras áreas, e espaços de opinião regulares reservados aos chamados comentadores residentes.

35. Independentemente da modalidade do comentário, constata-se que tendencialmente, quando são apresentados, há o cuidado de os demarcar explicitamente dos restantes conteúdos.

36. Ainda assim, é de observar que, em alguns casos, os espaços de *comentário* (opinião) podem confundir-se com as *entrevistas* em estúdio (informação), nomeadamente quando não é explicitado o formato ou referida a condição do interveniente que interage com o pivô.

### ELEMENTOS OPINATIVOS NO DISCURSO DO OPERADOR

37. Na quase totalidade dos quatro noticiários não se identifica qualquer *elemento opinativo no discurso do operador* que possa comprometer o rigor da informação.

38. Ainda assim, identificou-se um conjunto de peças com alguns elementos que remetem para juízos valorativos e marcas de opinião por parte do operador suscetíveis de colocar em causa o dever de rigor, tais como a ironia, um estilo jocoso e a utilização de adjetivação.

39. A utilização destes elementos está mais presente em peças sobre *política nacional e desporto* (sobretudo *futebol*).

40. Essa tendência identificada nos conteúdos sobre *desporto* não se observa no noticiário da *RTP2*, que quase não apresenta informação desportiva.

41. Nos noticiários da *SIC* e da *TVI*, os *elementos opinativos* também surgem em peças sobre assuntos relacionados com temas de *ordem interna*.

### ATRIBUIÇÃO E IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO

42. No conjunto das edições consideradas, conclui-se que uma parte substancial identifica, pelo menos, uma *fonte de informação*.

43. Ainda assim, uma fatia, embora pouco significativa, *não identifica quaisquer fontes de informação*.

**44.** A *análise temática* das peças sem qualquer referência a *fontes de informação* mostra que reportam fundamentalmente assuntos relacionados com os temas *desporto e ordem interna*.

**45.** O “Jornal 2” da RTP2 apresenta um perfil diferente. Apesar do reduzido número de peças sem *fontes de informação*, verifica-se que aborda sobretudo temas de *política internacional, ordem interna e cultura*. Estando o *desporto* praticamente ausente das edições de 2016 deste noticiário, o mesmo acontece com as *fontes de informação* desta área.

**46.** Mais de metade das peças analisadas nos diferentes blocos informativos identifica inequivocamente *todas as fontes de informação* consultadas.

**47.** As *fontes de informação identificadas parcialmente* representam a segunda modalidade mais frequente nas peças de todos os noticiários.

**48.** Numa análise mais pormenorizada das fontes identificadas de forma vaga, pouco clara ou indeterminada, verifica-se que são mais patentes nos noticiários da RTP1, SIC e TVI, e menos evidente no bloco informativo da RTP2.

**49.** Dos seis tipos de elementos indicativos de falta de rigor na atribuição da informação considerados na análise, são mais recorrentes os *cidadãos comuns sem indicação do nome, a generalização de informações cuja fonte não é identificada, e as imagens captadas por terceiros sem especificação da sua origem*.

**50.** Os conteúdos com o menor nível de rigor na atribuição da informação, ou seja, aqueles em que não é identificada qualquer *fonte de informação*, são os menos representados no conjunto dos blocos informativos. Ainda assim, este dado é mais proeminente no “Telejornal”, no “Jornal da Noite” e no “Jornal das 8”, e menos no “Jornal 2”.

#### RESPEITO PELO PRINCÍPIO DO CONTRADITÓRIO

**51.** Na grande maioria das peças dos quatro blocos informativos, os assuntos noticiados não exigem o cumprimento do *princípio do contraditório*.

**52.** Nos casos em que é exigido, este princípio é, na sua generalidade, respeitado.

**53.** As peças que não respeitam o *princípio do contraditório* centraram-se sobretudo em assuntos relacionados com *política nacional*.

#### IDENTIFICAÇÃO DO LOCAL DOS ACONTECIMENTOS

**54.** A análise do *rigor na identificação do local dos acontecimentos* permite verificar que são em menor número os casos que referem ocorrências, eventos, deslocações de protagonistas, sem que seja rigorosamente identificado o local onde decorrem.

**55.** Predominam as peças que identificam de forma rigorosa o local, e apenas uma fatia pouco relevante o faz de forma parcial. Entre estes últimos casos incluem-se peças que referem locais de relevo histórico, político, desportivo (por exemplo, estádios de futebol, avenidas e ruas, monumentos), sem que se refira a cidade em que se situam.

#### OBJETIVIDADE JORNALÍSTICA

**56.** As opções editoriais consideradas sensacionalistas, isto é, que visam criar sensações e emoções nos telespectadores, sendo suscetíveis de colocar em causa o rigor, têm uma presença marginal nas peças analisadas. Os elementos mais comuns utilizados nos conteúdos com estas características são a *música/sons* e a *captação/edição de imagem*.

#### RESPEITO PELA PRESUNÇÃO DE INOCÊNCIA

**57.** As peças com elementos suscetíveis de desrespeitar a presunção da inocência estão pouco presentes nos blocos informativos considerados, estando mesmo ausentes na RTP2.

#### ELEMENTOS VIOLENTOS E ADVERTÊNCIA PRÉVIA

58. À semelhança do *supra* referido, as peças com elementos violentos que potencialmente podem suscetibilizar públicos mais sensíveis são em número marginal no conjunto dos noticiários.
59. Porém, menos de metade destes conteúdos possui *advertência prévia*.
60. Por outro lado, em cerca de metade destas peças regista-se a *presença de menores*.
61. Na amostra de 2016, não se identificam peças com *elementos pornográficos*.

#### PROTEÇÃO DA IDENTIDADE DAS VÍTIMAS

62. Apesar de não ser significativo o número de peças com *identificação de vítimas*, em mais de metade não é utilizada qualquer *técnica de ocultação* da sua identidade.
63. Em algumas destas peças, com *presença de vítimas*, há igualmente registo de *elementos considerados violentos*.
64. Do conjunto de peças que recorrem a *técnicas de ocultação* da identidade, observa-se que estas são aplicadas em maior número a adultos.
65. Num número reduzido de peças, as *técnicas de ocultação* da identidade não são *eficazes* no seu objetivo de proteção.

#### PROTEÇÃO DE MENORES

##### CARACTERIZAÇÃO DOS CONTEÚDOS COM MENORES

66. Nas peças com *presença ou referência a menores*, as *crianças* (idade inferior a 13 anos) são o grupo mais representado nos quatro noticiários.
67. Na maioria dos conteúdos em que estão presentes e/ou são referidos, os *temas atentados e terrorismo e conflitos armados* prevalecem na RTP1 e na RTP2, e *restantes crimes e formas de violência e violência doméstica* dominam na SIC e na TVI.
68. Nestas peças, as *fontes de informação* mais utilizadas são da área da *comunidade internacional, ordem interna e sociedade*.
69. Por regra, os *protagonistas* das peças são coincidentes com as *fontes de informação*.
70. Na maioria dos casos, os *menores* não são identificados nas peças, seja pelo *nome* ou pelo *local de residência/permanência*. Observa-se que a sua identificação ocorre mais frequentemente nos operadores privados.
71. Quando os *menores* são identificados trata-se de peças sobre *crimes e formas de violência*.
72. A *condição em que os menores surgem representados* nas peças difere quando se trata de conteúdos no plano nacional ou internacional. As peças sobre ocorrências em Portugal apresentam, sobretudo, os *menores em situações de lazer e contexto escolar*. No plano internacional, os *menores* surgem mais vezes enquanto *vítimas de guerra/catástrofes naturais*.

##### ELEMENTOS DE PROTEÇÃO DE MENORES

73. Do conjunto de peças com *menores*, apenas uma pequena parte *identifica vítimas*, aspeto mais evidenciado no “Jornal das 8”. A maior parte destas peças centra-se em *crimes e formas de violência*.
74. São os próprios *menores* que surgem enquanto *vítimas*.
75. Encontram-se em menor número as peças com *menores* que apresentam *elementos violentos*.
76. Destas, a grande maioria não recorre ao mecanismo de *advertência prévia*.

**77.** Nos casos em que se considera exigível, observa-se que a *SIC* aplica *técnicas de ocultação da identidade*, enquanto a *TVI*, em maior número, não utiliza tais recursos, potenciando a *identificação de vítimas*.

**78.** Verifica-se ainda que quando os operadores aplicam algum tipo de *técnicas de ocultação*, são os *menores* que mais vezes veem a sua identidade protegida, com mais evidência na *SIC* e na *RTP1*.

**79.** Predominam as situações em que as *técnicas de ocultação* resultam *eficazes* na proteção da identidade dos envolvidos.

### III. RESULTADOS

#### 1. PLURALISMO E DIVERSIDADE NA INFORMAÇÃO DIÁRIA

Neste ponto do Relatório serão analisadas as obrigações de pluralismo e diversidade na informação a que os serviços de programas de acesso não condicionado livre se encontram sujeitos.

##### A) DIVERSIDADE E PLURALISMO TEMÁTICO

A operacionalização dos conceitos de diversidade e pluralismo será realizada com base na verificação de quatro dimensões: a temática, a geográfica, de fontes de informação e de atores (ver Anexo IV).

Esta análise deverá ser complementada com os dados apresentados no Anexo IV (diversidade por edições).

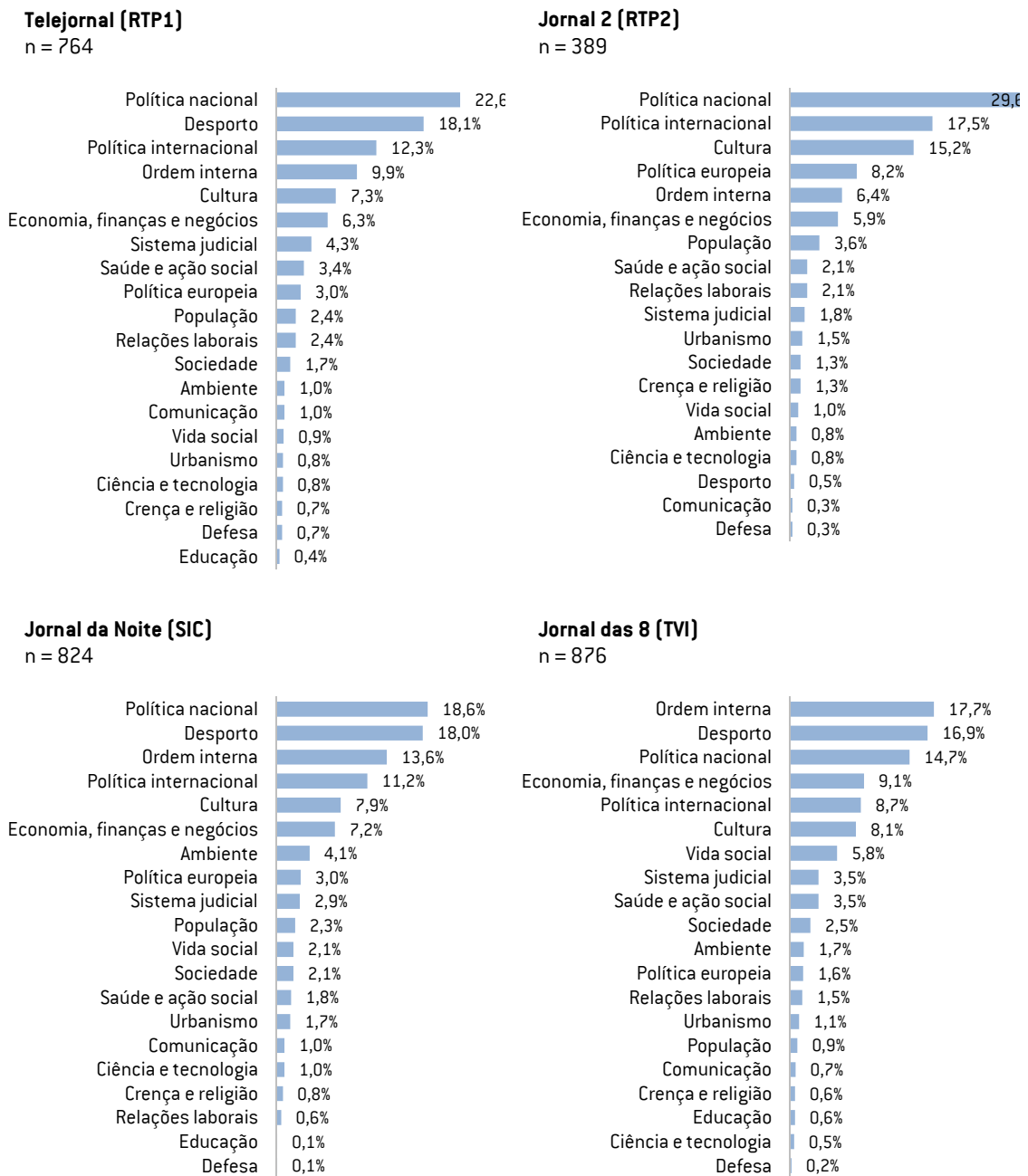
De acordo com a Lei, a informação dos canais generalistas deve ser plural e diversa, ou seja, no que respeita aos temas cobertos pelos serviços noticiosos, deve mostrar ocorrências variadas.

A avaliação da diversidade é feita através da multiplicidade de temas dominantes nas peças, tendo como critério o ângulo escolhido para a construção jornalística e a duração do assunto principal no conjunto da peça.

Para o analisar, recorre-se a uma lista convencionada pela ERC com 21 *temas dominantes*, subdivididos em 191 subtemas.



**Fig. 1 Temas dominantes, por serviço de programas (2016)**



**POLÍTICA, DESPORTO E ORDEM INTERNA PREVALECEM NOS TELEJORNAIS DE HORÁRIO NOBRE**

Na amostra dos telejornais de 2016 estão presentes 20 dos 21 macro *temas dominantes* previstos na grelha de análise da ERC, excetuando-se a categoria *grupos minoritários* (note-se que alguns temas relacionados com este se encontram em outras grandes categorias temáticas, como *população*). A *política nacional* é o tema que predomina na maioria dos blocos informativos, sendo mais evidente nos conteúdos dos operadores de serviço público. O “Jornal das 8” é a exceção, já que a *ordem interna* é a categoria mais presente.

Além da *política nacional*, os temas *desporto* e *ordem interna* dominam nos alinhamentos do “Telejornal”, “Jornal da Noite” e “Jornal das 8”. Estas três categorias *temáticas* concentram a metade das peças transmitidas.

O “Jornal 2” é o bloco noticioso mais singular. À parte o predomínio da *política nacional*, a *política internacional* e a *cultura* são os temas mais recorrentes - juntos detêm 62,3 % das peças. O *desporto*, enquanto tema dominante, é residual neste bloco informativo.

Em termos globais, as *temáticas* menos frequentes são *educação* e *defesa*.

#### **PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, PARTIDOS POLÍTICOS E ORÇAMENTO DO ESTADO SOBRESSAEM NA POLÍTICA NACIONAL**

Considerando o peso da *política nacional* nos quatro telejornais, verifica-se a predominância dos seguintes subtemas (ver Fig. 1 no Anexo III): *atividades da Presidência da República*, *políticas económicas*, *atividades/propostas de partidos políticos*, *orçamento do Estado* e *políticas fiscais/financeiras*.

As *atividades da Presidência da República* salientam as iniciativas de Marcelo Rebelo de Sousa - eleito a 24 de janeiro, que tomou posse em 9 de março -, através das visitas de Estado e das declarações do *Presidente da República* sobre a concertação social e o aumento do salário mínimo, o veto à gestação de substituição (“barrigas de aluguer”) e a promulgação das 35 horas laborais na Função Pública. Em julho, destacam-se os comentários à autorização de levantamento do sigilo ao conselheiro de Estado António Lobo Xavier, que veio dizer que Cavaco Silva, o anterior Presidente da República, não defendeu a aplicação de sanções económicas.

O *Presidente da República* Cavaco Silva foi referido nos balanços dos seus dois mandatos e ao promulgar a adoção por casais homossexuais e as alterações à lei do aborto .

As *políticas económicas* refletiram o fim do acordo do Banco Português de Investimento (BPI) com o CaixaBank e a Santoro Finance de Isabel dos Santos e a recuperação da maioria acionista da TAP pelo Estado.

O Banco Central Europeu exigiu a eliminação dos tetos salariais para os gestores da Caixa Geral de Depósitos (CGD) em junho, e, em agosto, a coordenadora do BE, Catarina Martins recusou alterações à Lei Bancária para entrada dos administradores vetados por acumulação de cargos. Dentro do subtema *atividades/propostas de partidos políticos*, destaca-se a cobertura das eleições presidenciais de 24 de janeiro e as internas do CDS-PP de 12 e 13 de março. A nomeação de Assunção Cristas para presidente deste partido e o lançamento da sua candidatura à autarquia de Lisboa são destacados.

O BE e o PCP surgem pelas propostas para a renegociação da dívida e o aumento do salário mínimo, e o CDS-PP e o PSD pelas declarações de património dos administradores da CGD. A regulação das empresas com contabilidade noutra país (as *offshores*), o combate à fraude e evasão fiscais e as eventuais sanções da União Europeia a Portugal surgem neste subtema.

O *orçamento do Estado* é representado através do impacto da resolução do Banif no défice e as reações da Comissão Europeia e das agências de *rating*.

As *políticas fiscais e financeiras* surgem também através da hipótese de segundo resgate, a não devolução da sobretaxa do Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Singulares (IRS) e anúncio do seu fim em 2017 . A ausência de sanções da Comissão Europeia a Portugal, e a Espanha, afasta a subida do Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA) e elimina-o nas importações de mercadorias por empresas.

Também sobre esta temática, o Governo criou um código de conduta sobre receção de ofertas depois de o secretário de Estado dos Assuntos Fiscais ter aceitado uma viagem ao Europeu de

Futebol em Paris, França, paga pelo patrocinador Galp, em litígio com o Estado. Nessa sequência, o ministro das Finanças, Mário Centeno, assumiu as decisões fiscais sobre a petrolífera .

#### **FUTEBOL É A MODALIDADE DESTACADA NUM ANO DE EURO E DE JOGOS OLÍMPICOS**

O *desporto* é o segundo *tema dominante* em quase todos os telejornais da noite, o que teve efeitos na diversidade temática por edição na amostra de 2016 (ver Anexo IV). No conjunto dos temas, representa entre 17,0 % (“Jornal das 8”) e 18,0 % (“Telejornal” e “Jornal da Noite”).

Mais de 70,0 % destas peças são dedicadas ao campeonato nacional masculino e aos jogos da Primeira Liga do Benfica, Porto e Sporting. Destaca-se a cobertura do apoio dos emigrantes portugueses em Marcoussis, local de alojamento da Seleção Nacional e à vitória de Portugal no Campeonato Europeu de Futebol .

Do futebol internacional, a informação de horário nobre destacou a conquista do primeiro título da Primeira Liga Inglesa pelo Leicester, quando o Tottenham empatou com o Chelsea, e a contratação de José Mourinho pelo Manchester United .

Num verão de Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro, o que explica a maior parte das presenças de *restantes modalidades desportivas*, destaca-se a vitória de Telma Monteiro, medalha de bronze no Judo (ver a análise respeitante à diversidade geográfica). Destacou-se ainda a vitória do piloto da McLaren, Álvaro Parente, nas 12 horas de Bathurst do Intercontinental GT Challenge, na Austrália, a derrota de João Monteiro na Taça da Europa de ténis de mesa, e a desistência de Paulo Gonçalves no Rali Dakar. Em menor proporção, há peças sobre o Circuito Mundial de Ondas Grandes da Nazaré, o Campeonato Nacional de Surf, no Guincho, e as vitórias europeias da Seleção Portuguesa, e do Benfica, em hóquei em patins.

#### **CATÁSTROFES NATURAIS, QUEDA DE AVIÃO, BUSCAS POLICIAIS E INCÊNDIOS MARCAM A ORDEM INTERNA**

A *ordem interna* é um dos *temas dominantes* mais frequentes em três noticiários, com notoriedade dos subtemas *acidentes e catástrofes*, *atividades policiais*, *incêndios* e *restantes crimes e formas de violência*. Estes temas da *ordem interna*, no plano nacional, referem regiões habitualmente arredadas da atualidade diária de horário nobre (esta situação é detalhada mais à frente a propósito da análise da diversidade geográfica, assim como no Anexo IV).

Em *acidentes e catástrofes* destaca-se: os furacões Matthew nos Estados Unidos da América, e Alex e Gaston nos Açores, um sismo na Nova Zelândia, e a queda do avião com a equipa brasileira de futebol Chapecoense, na Colômbia, de que resultou a detenção do diretor-geral da companhia aérea, por suspeita de homicídio involuntário .

As *atividades policiais* correspondem à cobertura das detenções de suspeitos de integrarem redes de terrorismo depois do atentado de 22 de março, no aeroporto de Bruxelas, e das buscas do suspeito de homicídio, Pedro Dias, na zona de Vila Real .

O subtema *incêndios* teve destaque em diversas peças sobre as operações dos bombeiros em vários locais de Portugal continental e no Funchal, na Madeira.

Os *restantes crimes e formas de violência* foram preenchidos pela alegada agressão a Rúben Cavaco, de 15 anos, pelos filhos menores do embaixador do Iraque, em Ponte de Sôr. A cobertura gira em torno da eventual impossibilidade de julgar residentes sob imunidade diplomática. Outro jovem, Rodrigo Lapa, desaparecido de casa, foi encontrado morto em Portimão e cobertas as suspeitas sobre o seu padrasto, alegado homicida.

#### **TERRORISMO, GUERRA NA SÍRIA E ELEIÇÃO DE DONALD TRUMP CENTRALIZAM A POLÍTICA INTERNACIONAL**

O quarto *tema dominante – política internacional* – resulta sobretudo da sua regularidade no “Jornal 2”, obtendo, ainda assim, uma presença destacada nos restantes blocos informativos. O subtema *atentados e terrorismo* representa quase metade destas peças e destaca os ataques em Nice, França, [ver Anexo IV]; no aeroporto de Bruxelas; e no mercado de Natal de Berlim. No final do ano, o homicídio do embaixador russo na Turquia, Andrei Karlov, reacendeu a intervenção militar russa na Síria.

A campanha e a vitória de Donald Trump para a Presidência dos Estados Unidos da América monopolizaram as *eleições políticas internacionais*, o que também explica o predomínio do continente americano na amostra [ver análise da diversidade geográfica].

Os *conflitos armados* estão relacionados com as detenções, levadas a cabo pelo Governo turco, de vários opositores depois do golpe de Estado, e com a guerra na Síria e o anúncio de cessar-fogo em Aleppo pelas forças militares russas.

As cerimónias fúnebres de Fidel Castro, em Cuba, e as reações de personalidades dos Estados Unidos da América e de Portugal foram enquadradas, na maioria dos casos, nos subtemas *ações governativas/Estado e relações diplomáticas*, e concentradas numa edição [ver Anexo IV].

#### **AGENDA CULTURAL E HOMENAGENS A NICOLAU BREYNER E CAMILO DE OLIVEIRA PREDOMINAM NA CULTURA**

O tema *cultura*, bastante destacado nos noticiários da RTP2, reflete maioritariamente a cobertura de estreias de espetáculos em domínios variados como cinema, teatro e música. Um quarto destas peças debruça-se sobre a *vida e obra de autores/artistas* no contexto dos funerais dos atores Nicolau Breyner e Camilo de Oliveira.

#### **IMPASSES NA BANCA, CRESCIMENTO E CUSTO DA ENERGIA MARCAM A ECONOMIA, FINANÇAS E NEGÓCIOS**

No âmbito da *economia, finanças e negócios* destacam-se as *atividades de organizações económicas*, sobretudo os impactos da venda do Banif ao Santander e eventuais soluções para os lesados do Banco Espírito Santo (BES). Com o enfoque na gestão de instituições bancárias, sob este tema, há peças sobre o fim do acordo para compra do BPI. A partir de junho, a CGD torna-se notícia mais frequentemente, pelos resultados deficitários de alguns investimentos e o anúncio de uma Comissão Parlamentar para avaliar a sua gestão.

Em *empresas e negócios* destaca-se a cobertura da manipulação de resultados da emissão de gases poluentes nos veículos da Mitsubishi. Os pilotos da TAP (Transportes Aéreos Portugueses) propõem comprar a participação no capital da empresa reservada aos funcionários.

No *turismo* sobressai a divulgação da oferta de alojamentos e serviços de viagem e lazer.

Nos *indicadores económicos*, destacam-se as previsões de crescimento da economia na quinta avaliação do programa de assistência pelo Fundo Monetário Internacional (FMI), os dados do Instituto Nacional de Estatística (INE) sobre o aumento do défice comercial, a descida do preço do petróleo e a crise em Angola, e o aumento dos juros da dívida pública a dez anos na zona Euro. Outras peças sobre *indicadores económicos* centraram-se no custo da eletricidade e do gás em Portugal, como os mais elevados da União Europeia.

#### **CIRCULAÇÃO DE MIGRANTES, SANÇÕES ECONÓMICAS E BREXIT PREDOMINAM NA POLÍTICA EUROPEIA**

O peso da *política europeia* resulta em grande parte da sua presença nos alinhamentos do “Jornal 2”, em que é o quarto *tema dominante*. Os acontecimentos mais regulares são *atividades das instituições da União Europeia* (o continente mais noticiado da informação

diária], através da cobertura das eventuais sanções aos países com dívida pública, do debate no Conselho Europeu sobre a intervenção da Rússia na Síria e dos fluxos de migrantes. As tentativas de Mariano Rajoy, do Partido Popular espanhol, para formar Governo, a marcação de *eleições* em Espanha, e a vitória de Virginia Raggi, a primeira mulher presidente da Câmara de Roma, do Movimento 5 Estrelas, são também destacadas. No subtema *ações governativas/Estado dos países da União Europeia* sobressai a campanha para o referendo acerca da permanência ou saída do Reino Unido da União Europeia, em que a deputada do Partido Trabalhista Jo Cox perdeu a vida, esfaqueada por um partidário do “não”, e a decisão popular pela saída (Brexit).

#### **ANÁLISE DA DIVERSIDADE TEMÁTICA POR EDIÇÃO**

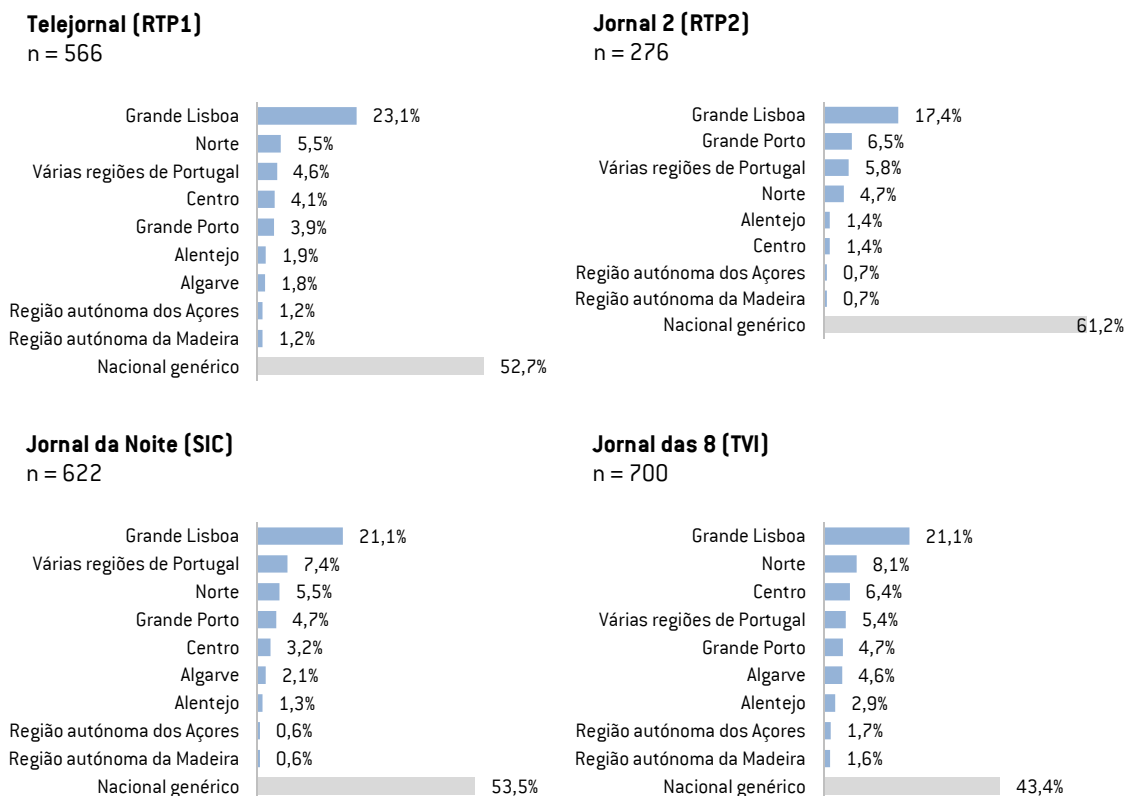
Os blocos noticiosos dos operadores privados *SIC* e *TVI* são os que transmitem maior diversidade de *temas* por edição, em média, dez. A *RTP1* aproxima-se deste valor com nove *temas* por edição. A *RTP2*, devido a características próprias do serviço noticioso, como a sua curta duração, apresenta a menor diversidade *temática* por edição, em média seis *temas* (ver Anexo IV).

#### **B) DIVERSIDADE E PLURALISMO GEOGRÁFICO**

A diversidade da informação passa também pela diversificação das áreas geográficas cobertas nas peças jornalísticas, enquanto local dos acontecimentos, ou enquanto enfoque das problemáticas.

Esta dimensão da diversidade distingue dois níveis: o nacional (divisão do país em oito áreas geográficas: *Grande Lisboa, Norte, Centro, Grande Porto, Algarve, Alentejo, Região Autónoma da Madeira e Região Autónoma dos Açores*; e *várias regiões de Portugal*) e o internacional (divisão por continentes: *européu, americano, africano, asiático, Oceânia*).

**Fig. 2 Especificação do enfoque geográfico nacional, por serviço de programas (2016)**



Nota: Esta análise integra apenas as peças em que existem referências a Portugal.

### OS NOTICIÁRIOS REFLETEM SOBRETUDO MATÉRIAS DE ÂMBITO NACIONAL

Quase 76,0 % das peças dos quatro noticiários referem atividades no, ou com relação ao, território nacional. Em alguns casos, estas referências são feitas em simultâneo com menções a países estrangeiros.

Em termos gerais, estas peças não identificam uma região específica. Esta tendência é mais acentuada nos blocos informativos da *RTP2* e menos proeminente no “Jornal das 8” da *TVI*.

### A GRANDE LISBOA É A REGIÃO COM MAIOR DESTAQUE NOS QUATRO NOTICIÁRIOS

A *Grande Lisboa* é a região com mais peso nos quatro noticiários, característica ligeiramente mais acentuada no “Telejornal” da *RTP1*, e menos evidente na *RTP2*.

Na informação diária da *RTP1* e da *SIC*, verifica-se maior peso de conteúdos relacionados com a região *Norte* e com *várias regiões de Portugal*.

No caso da *RTP2*, o *Grande Porto* sobrepõe-se, surgindo como a segunda região mais referida. Já o “Jornal das 8” confere menos visibilidade ao *Grande Porto*, evidenciando a região *Centro*.

São precisamente os noticiários da *TVI* que dão mais destaque ao *Algarve* e ao *Alentejo*. Pelo contrário o “Jornal 2” não regista, na amostra, qualquer peça sobre o *Algarve*.

As *Regiões Autónomas da Madeira* e dos *Açores* são, nos quatro noticiários, as menos referidas.

### **A GRANDE LISBOA É NOTÍCIA DEVIDO À POLÍTICA NACIONAL, DESPORTO, CULTURA E ORDEM INTERNA**

Existem quatro temas genéricos que prevalecem nas peças centradas na região da *Grande Lisboa*: *política nacional, desporto, cultura e ordem interna*.

A *política nacional* reflete maioritariamente as *atividades da Presidência da República, dos partidos políticos*, a discussão em torno do *Orçamento de Estado*, e as iniciativas da *Assembleia da República*.

O *desporto* encontra-se dominado pelo *futebol* (ver Anexo IV). As peças retratam, sobretudo, os jogos disputados com as maiores equipas lisboetas (Benfica e Sporting), assim como outros assuntos relacionados com os seus jogadores e treinadores.

No caso da *cultura*, distingue-se a realização de *eventos*, de cariz diverso, mas 2016 é também marcado pelas peças que refletem a *vida e obra de autores/artistas*, relacionadas com a morte de Nicolau Breyner e Camilo de Oliveira.

A visibilidade da *ordem interna* relaciona-se com as *atividades policiais* e tipos de *crimes e formas de violência*. Os assuntos são variados, incluindo-se, entre eles, a detenção do ex-presidente do Benfica, Manuel Damásio, as operações relacionadas com a fuga de Pedro Dias, alegado homicida de Aguiar da Beira, várias rusgas e investigações policiais e alguns assaltos.

### **OS INCÊNDIOS E O FUTEBOL MARCAM A AGENDA DA REGIÃO NORTE**

A região *Norte* encontra-se associada de forma mais acentuada a duas temáticas: a *ordem interna* e o *desporto*.

Relativamente à *ordem interna*, as peças refletem, na sua maioria, os *incêndios* decorridos em agosto.

O *desporto* volta a ser dominado pelo *futebol*, em peças sobre os jogos disputados pelas equipas nortenhas da Primeira Liga, sobretudo o Futebol Clube do Porto e o Sporting Clube de Braga.

### **AS NOTÍCIAS SOBRE VÁRIAS REGIÕES DO PAÍS REFLETEM QUESTÕES DE ORDEM INTERNA E ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS**

Quando as peças refletem *várias regiões de Portugal*, as temáticas mais associadas são o *ambiente*, a *ordem interna* e a *política nacional*.

As peças enquadradas no tema *ambiente* respeitam, na grande maioria dos casos, à transmissão dos *blocos meteorológicos*, normalmente no fim dos alinhamentos dos blocos informativos da SIC.

Já a *ordem interna* oscila entre os *incêndios* e as *atividades policiais*.

Por fim, a *política nacional* é dominada, neste caso, pelas ações de campanha dos candidatos às eleições presidenciais de janeiro de 2016.

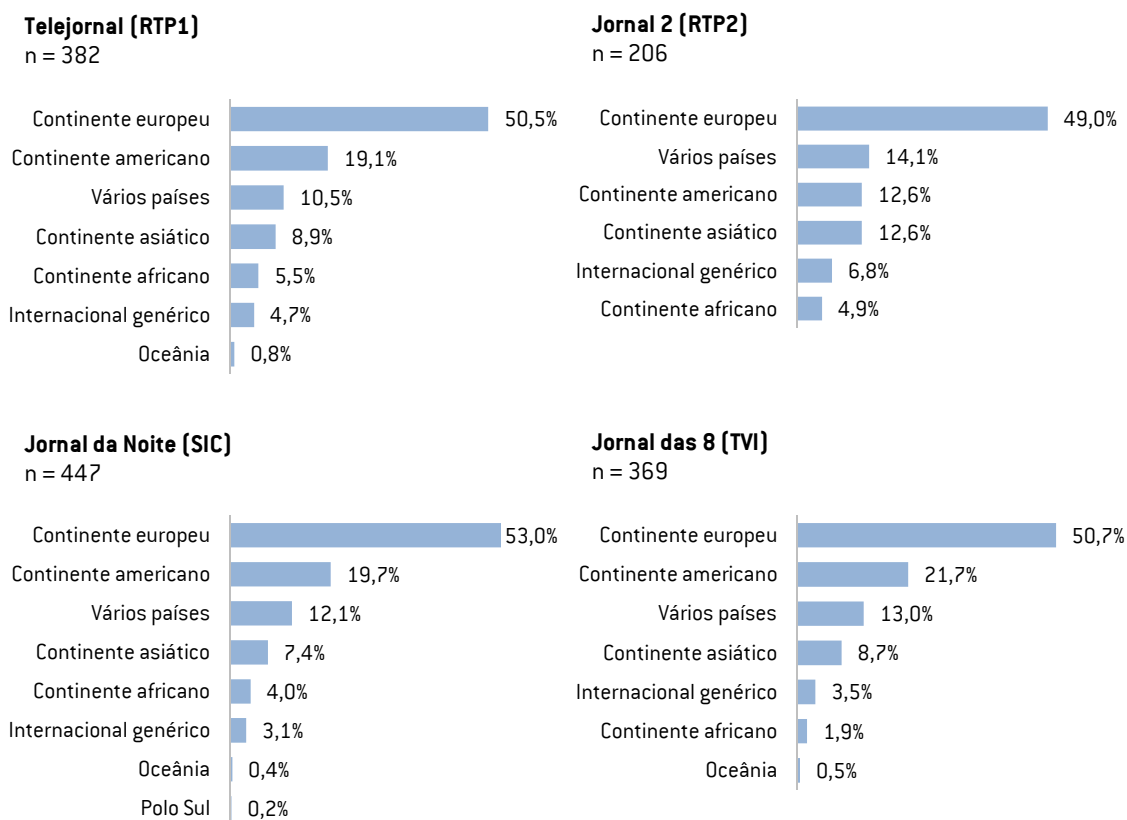
### **A CULTURA DOMINA A COBERTURA JORNALÍSTICA DO GRANDE PORTO**

A proeminência que a região do *Grande Porto* obtém no “Jornal 2”, deve-se às peças de divulgação de eventos culturais, assim como a entrevistas realizadas em estúdio a agentes culturais.

### ANÁLISE DA DIVERSIDADE GEOGRÁFICA NACIONAL POR EDIÇÃO

Tendo em conta as edições analisadas em 2016, o “Jornal das 8” é o serviço noticioso mais diverso em termos do enfoque geográfico nacional das notícias – em média apresenta cinco regiões por edição. O “Telejornal” e o “Jornal da Noite” apresentam, em média, quatro regiões. Por seu lado, o “Jornal 2” transmite duas regiões por edição e mostra uma elevada concentração em torno desta média (ver Anexo IV).

Fig. 3 Especificação do enfoque geográfico internacional, por serviço de programas (2016)



Nota: Esta análise integra apenas as peças em que existem referências a países estrangeiros.

#### O CONTINENTE EUROPEU É O MAIS PROEMINENTE NOS NOTICIÁRIOS NACIONAIS

Cerca de 49,0 % das peças dos quatro noticiários referem atividades no, ou com relação ao, território internacional. Tal como na análise anterior, em alguns casos, estas referências surgem a par das menções a Portugal.

O *continente europeu* ocupa cerca de metade das referências internacionais das peças destes quatro noticiários, com um destaque ligeiramente maior na SIC.



Deste conjunto de peças, sobressaem as referências a *França, Espanha, Reino Unido, Bélgica e Alemanha* (ver Fig. 2 do Anexo III).

O *continente americano* aparece na segunda posição, excetuando-se os conteúdos do “Jornal 2”.

Os países mais referidos são os *Estados Unidos da América, o Brasil e Cuba*.

As referências as *vários países* surgem na terceira posição na maioria dos blocos informativos, encontrando-se em segundo lugar no caso do noticiário da RTP2.

Os blocos informativos da RTP2 conferem uma visibilidade equivalente aos continentes *asiático e americano*, tendo a Ásia uma proeminência ligeiramente menor nos restantes noticiários.

Do conjunto de países asiáticos, verifica-se um predomínio das referências à *Síria, Iraque e China*.

O *continente africano* surge menos vezes nos conteúdos informativos, com maior evidência no “Telejornal”, e menor no “Jornal das 8”. *Angola* é o país mais vezes mencionado.

Também a Oceânia está praticamente ausente das edições analisadas.

#### **O TERRORISMO E O FUTEBOL MARCAM AS REFERÊNCIAS À EUROPA**

No que respeita ao *continente europeu*, as peças que referem a *França* dividem-se, *grosso modo*, entre *atentados e terrorismo e futebol*. O primeiro subtema surge dominado pelo ataque perpetrado em Nice, no Passeio dos Ingleses; já o segundo reflete a realização do campeonato europeu de futebol nesse país (ver Anexo IV).

*Espanha* aparece nos noticiários, na maioria dos casos, devido às eleições legislativas de junho de 2016 e ao chumbo parlamentar à investidura de Mariano Rajoy; mas também devido à cobertura jornalística dos jogos de *futebol* das equipas espanholas Barcelona e Real Madrid.

O *futebol* é também o *tema dominante* dos conteúdos relacionados com o *Reino Unido*, refletindo o campeonato da Liga Inglesa, mas também a realização de jogos entre equipas britânicas e portuguesas.

As peças que mencionam a *Bélgica* oscilam, sobretudo, entre *atividades das instituições da UE e manifestações/reivindicações/protestos não laborais*. No primeiro caso, sobressaem as questões relacionadas com a possível aplicação de sanções a Portugal por incumprimento do défice de 2015. A visibilidade do segundo tema deve-se às perturbações, por parte de elementos associados à extrema-direita, de uma manifestação de apoio às vítimas dos atentados em Bruxelas.

No caso da *Alemanha*, à semelhança do que foi referido para a *França*, são os *atentados e terrorismo* e o *futebol* que dominam a agenda mediática. Trata-se, por um lado, da cobertura jornalística na sequência do atentado no mercado de Natal em Berlim, e por outro, da visibilidade conferida aos jogos de futebol entre equipas portuguesas e alemãs no âmbito da Liga Europa.

#### **ELEIÇÃO DE DONALD TRUMP, JOGOS OLÍMPICOS E MORTE DE FIDEL CASTRO MARCAM A AGENDA SOBRE AS AMÉRICAS**

No caso do *continente americano*, a proeminência dos *Estados Unidos da América* decorre das eleições, e respetiva campanha, para a presidência deste país, a 8 de novembro de 2016.

As peças que referem o *Brasil* têm como tema mais presente *restantes modalidades desportivas*, referindo-se à realização dos Jogos Olímpicos aí decorridos, especificamente a participação dos atletas portugueses.

*Cuba* aparece muito associada à temática *figuras/acontecimentos históricos*, devido à morte de Fidel Castro em novembro (ver Anexo IV).

#### **ATENTADOS E TERRORISMO, JOGOS OLÍMPICOS E CASOS DE JUSTIÇA ENVOLVEM A COMUNIDADE MUNDIAL**

Considerando o peso das peças que referem *vários países*, verifica-se a incidência de *atentados e terrorismo, casos de justiça e restantes modalidades desportivas*.

O primeiro tema mencionado traduz, na sua maioria, as reações da comunidade internacional aos ataques em Nice e Berlim. Já os *casos de justiça* debruçam-se sobre a chamada «operação rota do Atlântico» que envolve o empresário português José Veiga. Por último, as *restantes modalidades desportivas* dividem-se entre a prestação de Usain Bolt nos Jogos Olímpicos do Brasil, e o acompanhamento da prova do Rali Dakar, particularmente o acidente que envolveu o piloto português Paulo Gonçalves.

#### **CONFLITO ARMADO NA SÍRIA E AGRESSÃO ATRIBUÍDA AOS FILHOS DO EMBAIXADOR IRAQUIANO DESTACAM A ÁSIA**

Detendo-nos agora sobre o *continente asiático*, nas referências à *Síria* destacam-se os *conflitos armados* e a *cooperação e ajuda humanitária*. No primeiro caso, trata-se do conflito entre o exército sírio e as chamadas «forças rebeldes», e no segundo caso as peças debruçam-se sobre a ajuda humanitária às populações desse país na sequência dos conflitos.

As peças sobre o *Iraque* estão, maioritariamente, relacionadas com o tema *restantes crimes e formas de violência*, referindo-se à alegada agressão, em Ponte de Sôr, do jovem português Rúben Cavaco, pelos filhos do embaixador iraquiano em Portugal.

A *China* surge associada, na maior parte dos casos, a *políticas fiscais/financeiras* do Governo português, referindo-se a medidas de reforço das relações económicas entre os dois países.

#### **ANÁLISE DA DIVERSIDADE GEOGRÁFICA INTERNACIONAL POR EDIÇÃO**

Uma análise do enfoque geográfico internacional das notícias por edição, indica que os noticiários “Telejornal”, “Jornal da Noite” e “Jornal das 8” apresentam, em média, quatro países estrangeiros por edição. O “Jornal 2” mostra, por edição, três países (ver Anexo IV).

### C) DIVERSIDADE E PLURALISMO DE FONTES DE INFORMAÇÃO

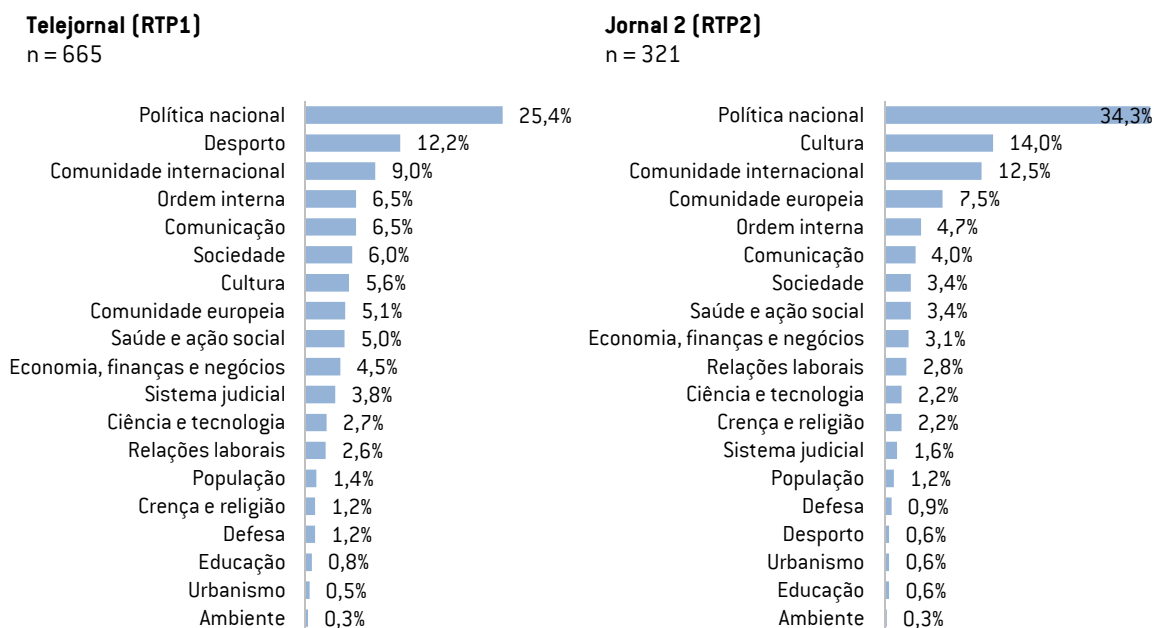
A identificação das fontes de informação é um dos elementos essenciais do rigor informativo. Permite aos recetores interpretar a informação de acordo com a sua proveniência.

Por outro lado, a análise das fontes de informação é também considerada na avaliação da diversidade informativa. A sua diversificação incrementa a validação e confrontação dos factos relatados.

Esta análise recorre a um total de 20 categorias de análise, correspondentes a 142 subcategorias específicas de proveniência de fontes de informação.

Apenas se identifica a fonte de informação dominante e a sua classificação faz-se com base no conteúdo manifesto das peças.

**Fig. 4 Áreas a que pertencem as fontes principais identificadas nas peças, por serviço de programas (2016)**



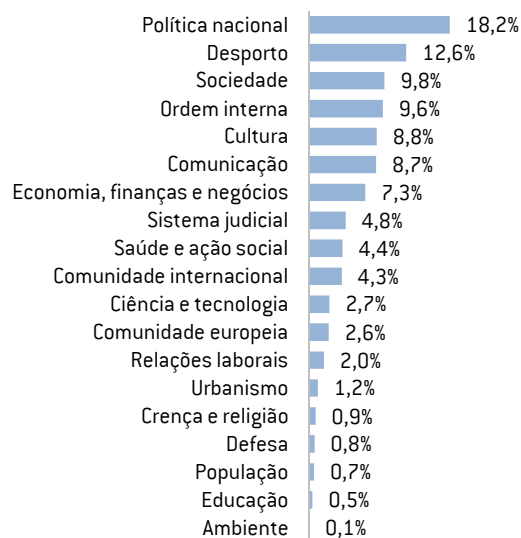
### Jornal da Noite (SIC)

n = 691



### Jornal das 8 (TVI)

n = 769



Nota: Esta análise integra apenas as peças com fontes de informação atribuídas. Não se consideram as peças com registo *comentário/opinião, debate*, sorteio de Euromilhões e blocos meteorológicos.

#### **POLÍTICA NACIONAL E FUTEBOL ENTRE AS FONTES MAIS CONSULTADAS**

No conjunto dos quatro operadores, 89,0 % das peças identificam a origem da informação relatada<sup>5</sup>.

Por outro lado, todos os noticiários apresentam *fontes de informação* provenientes de 19 das 20 categorias de análise, excetuando-se as originárias de *grupos minoritários* (note-se, no entanto, que algumas *fontes* relacionadas se encontram em outras grandes categorias, como *população*).

Apesar da diversificação de categorias de *fontes*, a sua distribuição é distinta, com algumas delas a obter valores residuais (*defesa, urbanismo, educação e ambiente*), enquanto outras registam um predomínio acentuado.

#### **GOVERNO, PARTIDOS POLÍTICOS E PRESIDENTE DA REPÚBLICA SÃO AS FONTES MAIS FREQUENTES DA POLÍTICA NACIONAL**

As *fontes da política nacional* são as mais utilizadas nos quatro noticiários, embora com destaques diferentes. O “Jornal 2” regista a fatia mais significativa (34,3 %), enquanto no “Jornal das 8” obtêm um peso menos significativo (18,2 %).

Dentro desta área de *fontes*, há um conjunto de subcategorias que se evidencia. A mais presente é o *Governo*. Trata-se, na maior parte dos casos, de *fontes* personalizadas: António Costa, primeiro-ministro, e vários ministros do seu executivo (ver Fig. 3 do Anexo III).

Seguem-se os *partidos políticos da oposição parlamentar* (PCP, BE, PSD e CDS-PP), e, em terceiro lugar a *Presidência da República*. Neste último caso, a *fonte* é, maioritariamente, Marcelo Rebelo de Sousa, eleito em janeiro de 2016.

De seguida, e com o mesmo peso, estão o *Governo e/ou partido do Governo em conjunto com partidos da oposição*, assim como as *autarquias*. No primeiro caso, trata-se das discussões

<sup>5</sup> Para mais informações sobre o rigor informativo, vide o ponto 2 do presente Capítulo.

políticas em torno de medidas governativas, muitas delas com lugar na Assembleia da República. No segundo caso, destacam-se as atividades variadas dos órgãos executivos locais e as reações à ocorrência de *incêndios e acidentes e catástrofes*.

De notar ainda o peso das *fontes* provenientes de *candidaturas presidenciais*, justificado pela realização de eleições no início do ano.

#### **AS FONTES DO FUTEBOL DOMINAM O DESPORTO, À EXCEÇÃO DA RTP2**

O *desporto* é, na quase totalidade dos blocos informativos, a segunda categoria de *fontes* mais presente. Não é o caso do “Jornal 2” da RTP2, onde apenas atinge os 0,6 %.

Dentro do *desporto*, o futebol é predominante e evidenciam-se as *associações e clubes desportivos* nacionais, nomeadamente os treinadores e jogadores das três principais equipas da Primeira Liga (Benfica, Porto e Sporting) (ver Anexo IV). Seguem-se as *organizações/federações desportivas*, refletindo a seleção portuguesa de futebol no âmbito da realização do campeonato europeu, e, com menor peso, as comitativas, nacionais e internacionais, presentes nos Jogos Olímpicos do Brasil.

#### **O “JORNAL 2” APOSTA EM FONTES PROVENIENTES DA CULTURA**

Apresentando características distintas dos outros noticiários, o “Jornal 2” tem como segunda categoria de *fontes* mais representada a *cultura*. São, sobretudo, *artistas e outros criadores*. A sua proeminência deve-se à realização de entrevistas em estúdio aos protagonistas culturais, bem como a peças de divulgação de eventos.

#### **A ELEIÇÃO DE DONALD TRUMP CONTRIBUI PARA O PESO DAS FONTES DA COMUNIDADE INTERNACIONAL**

A terceira categoria de *fontes* mais visível na RTP2 e na RTP1 é a *comunidade internacional*. Destacam-se os *representantes de Estado e de Governos estrangeiros*, com mais notoriedade dos Estados Unidos da América, devido à realização de eleições presidenciais em novembro de 2016, mas também às relações diplomáticas deste país com o resto do mundo.

Cuba é o segundo país mais relevante nesta categoria (ver Anexo IV). As peças referem-se à morte do líder histórico Fidel Castro. Neste caso, trata-se de declarações do seu irmão e atual Presidente de Cuba, assim como de declarações do próprio Fidel Castro através de imagens de arquivo.

Os *partidos políticos estrangeiros* posicionam-se no segundo lugar, também no âmbito das eleições presidenciais nos EUA, dividindo-se as *fontes* entre os candidatos Donald Trump e Hillary Clinton.

As *organizações internacionais* têm um peso semelhante e destacam-se as peças sobre *movimentos migratórios de refugiados*, sobretudo aqueles provenientes da Síria.

#### **NA SIC OS OUTROS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL SÃO FONTES DE INFORMAÇÃO RECORRENTES**

No caso do “Jornal da Noite” da SIC, a terceira categoria de *fontes* mais proeminente é *comunicação*, tratando-se de outros *órgãos de comunicação social*. Na maior parte dos casos, são jornais nacionais utilizados como fonte de informação, e imagens de jogos de futebol captadas pela Sport TV, que em 2016 teve o direito de transmissão de todos os jogos da Liga NOS (designação do campeonato da Primeira Liga), à exceção daqueles realizados pelo Benfica no seu estádio. O exclusivo de transmissão desses jogos ficou na Benfica TV.

#### **A TVI DÁ PREVALÊNCIA ÀS FONTES DA SOCIEDADE CIVIL**

A TVI recorre mais frequentemente às *fontes* provenientes da *sociedade*, mas com um peso semelhante às da *ordem interna*.

No que respeita à *sociedade*, as *fontes* são variadas: *moradores/habitantes, adultos, família, outros movimentos cívicos/humanitários*, entre outras.

Os *moradores/habitantes* surgem como *fontes* principais em assuntos variados, mas em torno das questões de *ordem interna*. Veja-se: *incêndios, restantes crimes e formas de violência, atividades policiais, acidentes e catástrofes*.

Já os *cidadãos comuns* em idade adulta, são *fonte* mais vezes em peças de *política internacional*. Por um lado, encontram-se nas peças sobre as eleições presidenciais americanas. Por outro, nas peças que fazem o balanço da vida dos habitantes de Paris após os atentados em novembro de 2015 e também naquelas que relatam a homenagem feita a uma porteira de nacionalidade portuguesa que ajudou a salvar algumas pessoas que fugiam do Bataclan.

A *família* é *fonte* de informação em situações variadas e que, normalmente, se referem a assuntos tão diversos como os que se enquadram, a título de exemplo, na temática *sociedade* (em particular a cobertura do caso do jovem Volodymyr Lavrir desaparecido em Londres), *ordem interna, saúde e ação social, sistema judicial, cultura e desporto*.

As *fontes* oriundas de *outros movimentos cívicos/humanitários* distribuem-se, no essencial, entre plataformas e voluntários que apoiam refugiados, e as associações de lesados do BES e do Novo Banco.

#### **AS FONTES DA ORDEM INTERNA TÊM MAIS PESO NOS NOTICIÁRIOS DOS OPERADORES PRIVADOS**

Como se disse, a *ordem interna* é também uma área de fontes com um peso significativo no “Jornal das 8” da TVI (e também no “Jornal da Noite” da SIC). As *forças de segurança* encontram-se em maioria e sobressaem as peças que evidenciam as suas atividades. Para além das operações levadas a cabo pelas autoridades policiais portuguesas, também refletem as iniciativas de forças estrangeiras na sequência dos ataques em Berlim, Bruxelas e Paris (ver Anexo IV).

#### **ANÁLISE DA DIVERSIDADE DE FONTES DE INFORMAÇÃO POR EDIÇÃO**

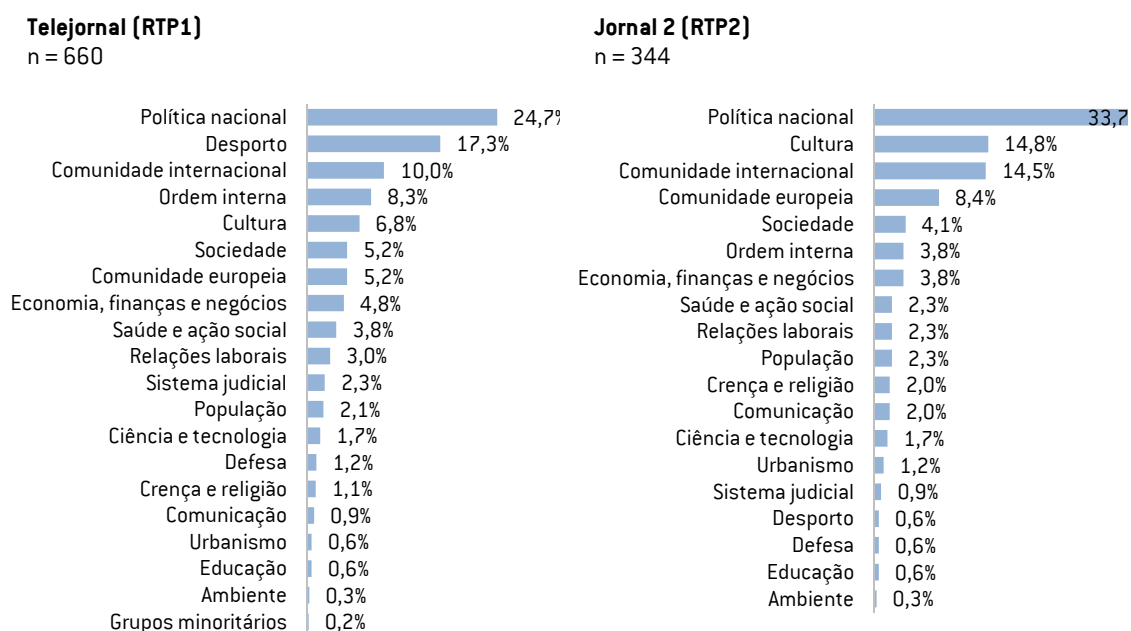
Em 2016, o “Jornal das 8” apresenta a maior diversidade de áreas de *fontes* por edição, em média, 11. O “Telejornal” e o “Jornal da Noite” mostram dez *fontes* por edição. Já o “Jornal 2” regista uma média de seis fontes por edição, o que não pode ser dissociado do facto de este noticiário apresentar blocos informativos curtos e peças tendencialmente longas (ver Anexo IV).

## D) DIVERSIDADE E PLURALISMO DE ATORES

Uma dimensão essencial na avaliação da diversidade e do pluralismo informativo é a verificação da heterogeneidade de atores identificados como protagonistas da informação, por se considerar que uma informação generalista, verdadeiramente diversa, deve refletir a multiplicidade de grupos sociais.

Em termos metodológicos, a análise da diversidade de atores assemelha-se à da diversidade de fontes de informação, tendo sido definidas 20 categorias de análise subdivididas em 172 subcategorias que identificam os protagonistas.

**Fig. 5 Áreas a que pertencem os atores principais das peças, por serviço de programas (2016)**



### Jornal da Noite (SIC)

n = 705



### Jornal das 8 (TVI)

n = 772



Nota: Esta análise integra apenas as peças em que se identificam atores.

#### A INFORMAÇÃO DIÁRIA É TENDENCIALMENTE PERSONALIZADA

As peças personalizadas, isto é, com pelo menos um ator, representam 87,0 % do conjunto dos serviços noticiosos analisados em 2016.

No geral, os blocos informativos dão maior relevo a atores da *política nacional*, do *desporto* e da *ordem interna* (esta a par de *comunidade internacional* e de *cultura*), exceto no “Jornal 2” como será detalhado mais à frente.

#### O PRESIDENTE DA REPÚBLICA É O ATOR DA POLÍTICA NACIONAL COM MAIS PROTAGONISMO

Como se pode verificar na Fig. 4, no Anexo III, de entre os protagonistas da *política nacional* destaca-se o *Presidente da República*, Marcelo Rebelo de Sousa, que tomou posse em março; *ministros* - na maioria das peças, Mário Centeno, o ministro das finanças -; e o *Primeiro-ministro*, António Costa. Estes atores surgem associados ao debate do *Orçamento do Estado*, ao contexto de risco de sanções pela Comissão Europeia, a previsões de crescimento económico e à gestão da Caixa Geral de Depósitos.

Observa-se também uma presença relevante dos *secretários-gerais e presidentes dos partidos*, onde se destacam Jerónimo de Sousa, secretário-geral do PCP, e Pedro Passos Coelho, presidente do PSD. Seguem-se os *cabeças de lista/candidatos*, em que predominam Assunção Cristas, disputando a liderança do CDS-PP, e António Sampaio da Nóvoa e Marcelo Rebelo de Sousa, no contexto das eleições presidenciais. Também com uma presença relevante estão os *presidentes de autarquias*: Fernando Medina, autarca de Lisboa, e Rui Moreira, do Porto.

#### NUM ANO DE JOGOS OLÍMPICOS, OS PROTAGONISTAS DO FUTEBOL CONTINUAM A DOMINAR A AGENDA MEDIÁTICA

No *desporto*, o protagonismo é dos *atletas e técnicos desportivos* e, destes, dos jogadores e treinadores de futebol dos clubes da Primeira Liga portuguesa (ver Anexo IV). Num ano de Campeonato Europeu de futebol e de Jogos Olímpicos, os futebolistas da Seleção Nacional protagonizaram menos peças do que os do Benfica, Porto e Sporting, mas o dobro das peças com atletas olímpicos no Rio de Janeiro.



### **A RTP2 PRIVILEGIA ATORES DA POLÍTICA NACIONAL, DA CULTURA, EUROPEUS E INTERNACIONAIS**

Com algumas diferenças em relação aos outros noticiários do horário nobre, o “Jornal2” dá maior protagonismo aos *atores da política nacional*: 33,7 %, enquanto os restantes serviços de programas oscilam entre os 17,2 % e os 24,7 %.

A quase ausência de *atores* da área do *desporto* decorre da reduzida cobertura destas matérias neste bloco.

O “Jornal 2” destaca-se pela maior visibilidade, depois da *política nacional*, dos *atores da cultura* e da *comunidade internacional*, sendo também o noticiário onde mais se destacam os *protagonistas da comunidade europeia*.

Na *cultura*, sobressaem os *artistas e outros criadores*, sejam portugueses ou estrangeiros que realizam espetáculos em Portugal, sobretudo em Lisboa.

A *comunidade internacional* assume protagonismo no “Jornal 2” através de *representantes de Estado e de Governo estrangeiros*, dos quais se destacam: o anterior presidente dos Estados Unidos da América, Barack Obama, o presidente eleito Donald Trump (a partir de novembro) e, com uma diferença reduzida, Sergei Lavrov, ministro dos Negócios Estrangeiros da Rússia.

Os *partidos políticos estrangeiros* são protagonizados sobretudo por Fidel Castro, falecido em 25 de novembro, enquanto líder histórico do Partido Comunista de Cuba e comandante da Revolução Cubana (ver Anexo IV); Donald Trump, enquanto candidato do Partido Republicano. O número de peças em que Donald Trump é o único *protagonista* são mais do dobro das encabeçadas por Hillary Clinton, candidata pelo Partido Democrata.

Os *atores da comunidade europeia* mais presentes no “Jornal 2” são *representantes de Estado e de Governo dos países-membros da União Europeia*, destacando-se nas peças sobre o impasse na formação de Governo em Espanha, Pablo Iglesias e Pedro Sanchez, secretários-gerais do Podemos e do PSOE (Partido Socialista Operário Espanhol), e Mariano Rajoy, primeiro-ministro espanhol. Também se encontram nesta categoria os *protagonistas* do Brexit, Theresa May, primeira-ministra, e Boris Johnson, ministro dos Negócios Estrangeiros, ambos britânicos; Angela Merkel, chanceler da Alemanha; e François Hollande, Presidente da República de França.

### **NA ORDEM INTERNA SOBRESSAEM SUSPEITOS DE ATAQUES TERRORISTAS E DE HOMICÍDIO**

A relevância de *protagonistas da ordem interna* reflete a visibilidade dada aos *suspeitos de crimes e atos ilícitos*, sobretudo de atentados na Europa, como Mohamed Bouhlef, alegado autor do atentado com um camião que avançou sobre os pedestres em Nice, França, e outros suspeitos de atentados atribuídos ao autodenominado Estado Islâmico. No plano nacional, predomina Pedro Dias, suspeito de homicídio e fugitivo na zona de Vila Real, tendo os blocos noticiosos acompanhado as buscas da GNR e PJ, e a sua posterior entrega às autoridades.

As *vítimas* estão mais presentes nas peças sobre a alegada agressão a Rúben Cavaco, de 15 anos, atribuída aos filhos do Embaixador do Iraque em Portugal, sendo que a maior parte da cobertura noticiosa dá relevo ao seu internamento. Os falecidos ou feridos nos atentados de Nice também representam uma parte relevante das *vítimas* (ver Anexo IV).

Na amostra de 2016 os *protagonistas* cuja presença foi inferior a 1,0 % são, por ordem decrescente, os do *urbanismo, educação, ambiente e grupos minoritários*.

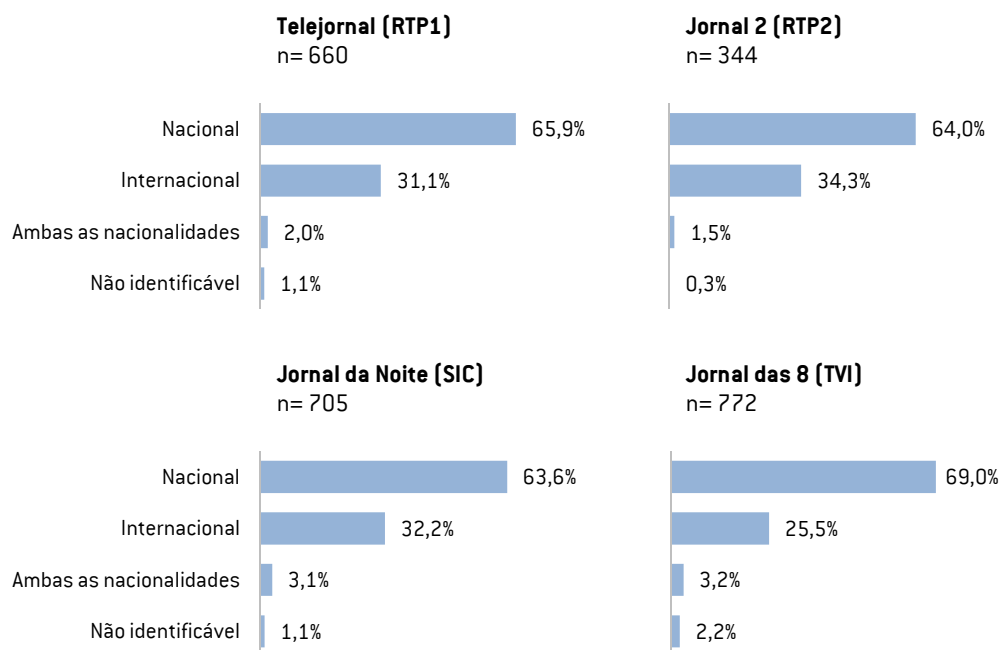
### ANÁLISE DA DIVERSIDADE DE ATORES POR EDIÇÃO

Analisando a diversidade de *atores* por edição, os noticiários de horário nobre apresentam, em média, nove áreas de pertença dos *protagonistas* por edição, com exceção do “Jornal 2” que tem média de seis áreas de *atores* (ver Anexo IV).

A *nacionalidade*, ou território de origem, dos protagonistas das peças é igualmente um aspeto considerado na avaliação da diversidade e do pluralismo informativo, pois a garantia de não discriminação baseada neste elemento, traduz-se na representação da diversidade social.

Para tal, é analisada de forma sistemática a *nacionalidade* dos atores principais das peças.

Fig. 6 Nacionalidade dos atores principais das peças, por serviço de programas (2016)



Nota: Esta análise integra apenas as peças em que se identificam atores.

#### **A TVI RECORRE MAIS A PROTAGONISTAS NACIONAIS**

Em 2016, 65,9% dos *protagonistas* das peças analisadas são nacionais e 30,1%, *internacionais*. Este predomínio dos *atores* nacionais é mais acentuado no “Jornal das 8” e ligeiramente menos no “Jornal da Noite”.

#### **OS PROTAGONISTAS NACIONAIS SÃO JOGADORES E TÉCNICOS DE FUTEBOL, ARTISTAS E O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Os *protagonistas nacionais*, apesar da sua variedade, concentram-se nas áreas de proveniência da *política nacional, desporto, cultura, ordem interna, economia, finanças e negócios e sociedade*.

Os *atores nacionais* evidenciados nas peças da *política nacional* são aqueles já referidos na respetiva categoria analisada no ponto anterior.

No *desporto*, destacam-se *atletas e técnicos desportivos*, na sua maioria, do Benfica, Porto e Sporting, e os convocados para a Seleção Nacional de Futebol.

Da área da *cultura*, os *protagonistas* de origem *nacional* mais evidenciados são os *artistas e outros criadores*, de que se destacam os atores Nicolau Breyner e Camilo de Oliveira, falecidos em 2016.

No contexto *nacional*, os *protagonistas* provenientes da *ordem interna* mais presentes são os *suspeitos de crimes e atos ilícitos*, na sua maioria, Pedro Dias, presumido homicida de três pessoas e fugitivo, os *bombeiros* envolvidos no combate aos incêndios no Norte do Continente e no Funchal (ver Anexo IV), e as seguintes *vítimas*: Rúben Cavaco, jovem de 15 anos alegadamente agredido pelos filhos do embaixador do Iraque em Portugal, Rodrigo Lapa, jovem encontrado morto em Portimão tendo sido acusado o seu padrasto, e vários feridos em *acidentes e catástrofes naturais*.

Da área da *economia, finanças e negócios* o protagonismo é, em mais de metade das peças, atribuído a *grandes empresários*, dispersos pelos setores da energia elétrica, farmacêutica, imobiliário e turismo, e aos *pequenos e médios empresários e empresários em nome individual*, sobretudo proprietários de restaurantes.

Na *sociedade* há uma dispersão por mais subcategorias, sendo que apenas predominam os *atores nacionais* na qualidade de *moradores/habitantes* afetados por incêndios ou participantes em eventos populares locais. Em menor proporção, estão os *cidadãos comuns adultos*, em peças sobre hábitos dos portugueses, e os *familiares*, sobretudo pais de menores em vários contextos de risco.

#### **OS ATORES INTERNACIONAIS CONCENTRAM-SE NAS ÁREAS DA POLÍTICA, ORDEM INTERNA, DESPORTO E CULTURA**

Os *protagonistas internacionais*, nas peças da amostra de 2016, pertencem principalmente às comunidades *internacional e europeia*, seguidos pelos da *ordem interna, do desporto e da cultura*.

Do conjunto da *comunidade internacional*, sobressaem os *representantes de Estado e de governo estrangeiros*: Barack Obama, presidente dos Estados Unidos da América, Donald Trump, já presidente eleito dos EUA (antes, como candidato de *partidos políticos estrangeiros*), e Sergei Lavrov, ministro dos Negócios Estrangeiros da Rússia.

Como *representantes de partidos políticos estrangeiros* os *protagonistas* mais evidenciados são Fidel Castro, líder histórico do Partido Comunista de Cuba e comandante da Revolução

Cubana, em peças transmitidas aquando do seu falecimento (ver Anexo IV), e Hillary Clinton, candidata democrata à presidência dos EUA.

Entre os *protagonistas da comunidade europeia* sobressaem os *representantes de Estado e de Governo dos países-membros*, e de entre estes, François Hollande, presidente da França, David Cameron, primeiro-ministro do Reino Unido e Angela Merkel, chanceler da Alemanha. Destaque também para os *representantes de organizações da União Europeia*, Donald Tusk, presidente do Conselho Europeu, e Jean-Claude Juncker, presidente da Comissão Europeia.

Entre os *protagonistas internacionais da ordem interna* verifica-se uma maior presença de *suspeitos de crimes e atos ilícitos* (envolvidos em atentados terroristas ou suspeitos), *vítimas* (de catástrofes naturais e de atentados terroristas) e *representantes de forças de segurança* (sobretudo *polícias*).

No *desporto internacional* é dada maior visibilidade aos *atletas e técnicos desportivos*, tais como futebolistas e treinadores das seleções nacionais e dos clubes de países europeus.

A *cultura internacional* sobressai através da presença de *artistas e outros criadores*, particularmente atores e músicos dos Estados Unidos da América.

As peças que evidenciam *atores de ambas as nacionalidades* (por um exemplo, um futebolista português e um de outra nacionalidade) representam 2,6 % da amostra de 2016. Estes *protagonistas* provêm sobretudo do *desporto* (*atletas e técnicos desportivos*), com uma distância significativa face aos da *cultura* (*artistas e outros criadores*, maioritariamente músicos), e da *comunidade europeia* (*representantes de Estado e de Governo dos países-membros*, como a chanceler alemã e ministros europeus).

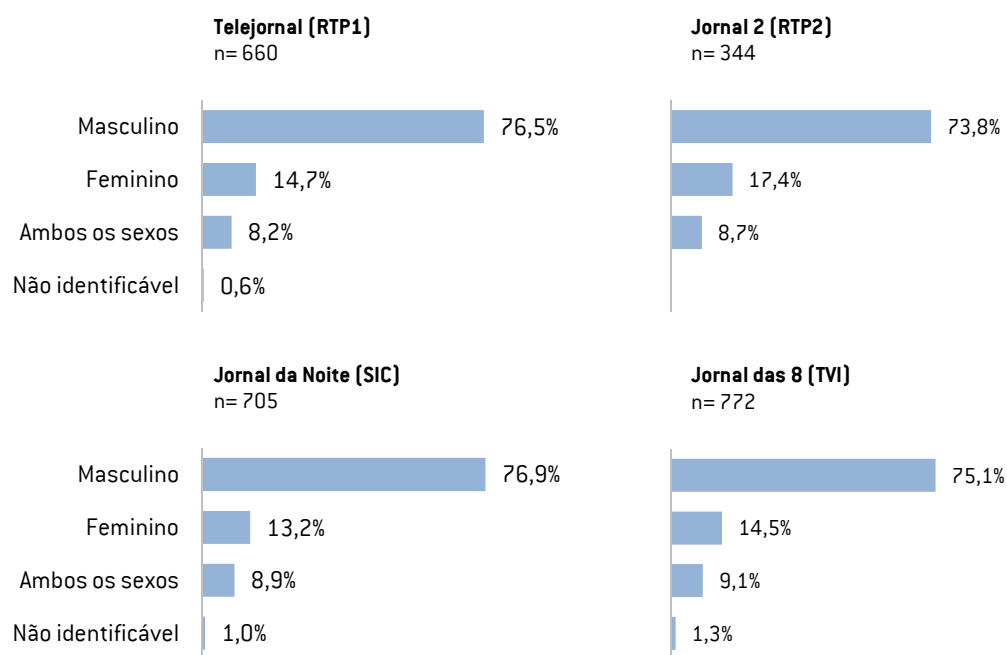
Os *atores internacionais* menos frequentes em 2016 são das áreas do *urbanismo, ciência e tecnologia, saúde e ação social, defesa e ambiente*.

Os *atores* cuja nacionalidade *não é identificável* por qualquer elemento da peça correspondem a uma percentagem residual, em qualquer dos blocos analisados (1,3 %).

Considera-se que as matérias noticiadas, sempre que a realidade o justifique, devem refletir a existência de protagonistas do sexo masculino e do sexo feminino.

Para se concluir acerca da diversidade deste parâmetro na informação, é analisado de forma sistemática o sexo dos principais atores das peças.

**Fig. 7 Sexo dos atores principais das peças, por serviço de programas (2016)**



Nota: Esta análise integra apenas as peças em que se identificam atores.

#### **Os HOMENS CONTINUAM A DOMINAR A AGENDA JORNALÍSTICA**

Uma percentagem significativa dos *protagonistas* das peças noticiosas analisadas é do sexo *masculino* – acima dos 75 %, sobretudo oriundos da *política nacional, desporto, comunidade internacional, ordem interna, cultura e economia, finanças e negócios*.

Seguem-se as *protagonistas femininas*, menos de um quinto das peças em que sobressaem os *homens*, na sua maioria provenientes da *política nacional, cultura e sociedade*.

Em terceiro lugar, estão as peças com *atores de ambos os sexos*, categoria que abrange *protagonistas* da mesma área de proveniência (em 2016, sobretudo da *política nacional* e da *sociedade*), mas de *sexos* diferentes (as ocorrências incluem, por exemplo, um e uma secretário/a-geral e presidentes dos partidos; um morador e uma moradora).

#### **O “JORNAL 2” CONFERE MAIS VISIBILIDADE ÀS MULHERES**

Entre os blocos considerados na análise, o “Jornal 2” é o que dá mais protagonismo às *mulheres*, nas áreas da *política nacional, cultura, comunidade europeia e sociedade*, sem contudo inverter a tendência dos restantes canais de dar maior visibilidade aos *homens*.

Na totalidade dos blocos de horário nobre, o protagonismo dos *homens* dispersa-se pelas várias áreas de proveniência, com destaque para a *política nacional (Presidente da República e ministros)*, o *desporto* (futebolistas e treinadores portugueses), *comunidade internacional (representantes de Estado e de governo estrangeiros e representantes de partidos políticos estrangeiros, sobretudo dos Estados Unidos da América)*, a *ordem interna* (os *suspeitos de crimes e atos ilícitos*, em peças sobre atos terroristas), a *cultura* (*artistas e outros criadores*, maioritariamente portugueses, mas também norte-americanos) e a *economia, finanças e negócios* (*representantes de organismos económico-financeiros, de bancos portugueses, grandes empresários estrangeiros e pequenos e médios empresários e empresários em nome individual portugueses*).

Têm também uma presença significativa os *atores masculinos* da *comunidade europeia* (Presidentes e primeiros-ministros de países-membros) e da *sociedade* (*moradores/habitantes*).

#### **AS MULHERES CONCENTRAM-SE NA POLÍTICA NACIONAL E EUROPEIA, CULTURA, SOCIEDADE, ORDEM INTERNA E SAÚDE**

Na maior parte dos casos, as *mulheres* são *protagonistas* em peças sobre *política nacional*, com destaque para Maria Luís Albuquerque, como ex-ministra das Finanças, deputada e vice-presidente do PSD, acompanhada por Assunção Cristas, presidente do CDS-PP e, em metade destas peças, por Catarina Martins, coordenadora nacional do Bloco de Esquerda, e Maria de Belém Roseira, enquanto *cabeça de lista/candidata* às eleições presidenciais.

Seguem-se as *protagonistas*, em número aproximado de peças, da *cultura* (atrizes, cantoras e escritoras portuguesas e anglo-saxónicas) e da *sociedade* (as *cidadãs comuns*, as *representantes de outros movimentos cívicos/humanitários* e as *moradoras/habitantes*).

Em menor proporção surgem as *protagonistas* da *comunidade europeia* (na sua maioria, *representantes de Estado e de Governo dos países-membros*), da *ordem interna* (*suspeitas de filicídio e vítimas, em particular de violência doméstica*) e da *saúde e ação social* (*médicas e técnicas especializadas e representantes de instituições de apoio social*).

As áreas em que há menos *protagonistas* femininas são as da *ciência e tecnologia, relações laborais, população, comunicação, sistema judicial, crença e religião, educação, ambiente e urbanismo*.

## 2. RIGOR E ISENÇÃO NA INFORMAÇÃO DIÁRIA

Neste ponto do Relatório serão analisadas as obrigações de rigor e isenção na informação a que os serviços de programas de acesso não condicionado livre se encontram sujeitos.

O rigor informativo é um dever dos órgãos de comunicação social que está diretamente relacionado com a forma como estes selecionam, tratam e divulgam a sua informação.

A ERC distingue dez dimensões definidoras do rigor, analisadas a partir de um conjunto de indicadores aplicados durante o visionamento das peças que integram a amostra selecionada (ver Anexo VI).

Os resultados da análise dessas dimensões são observados nos pontos seguintes.

## A) SEPARAÇÃO ENTRE INFORMAÇÃO E OPINIÃO

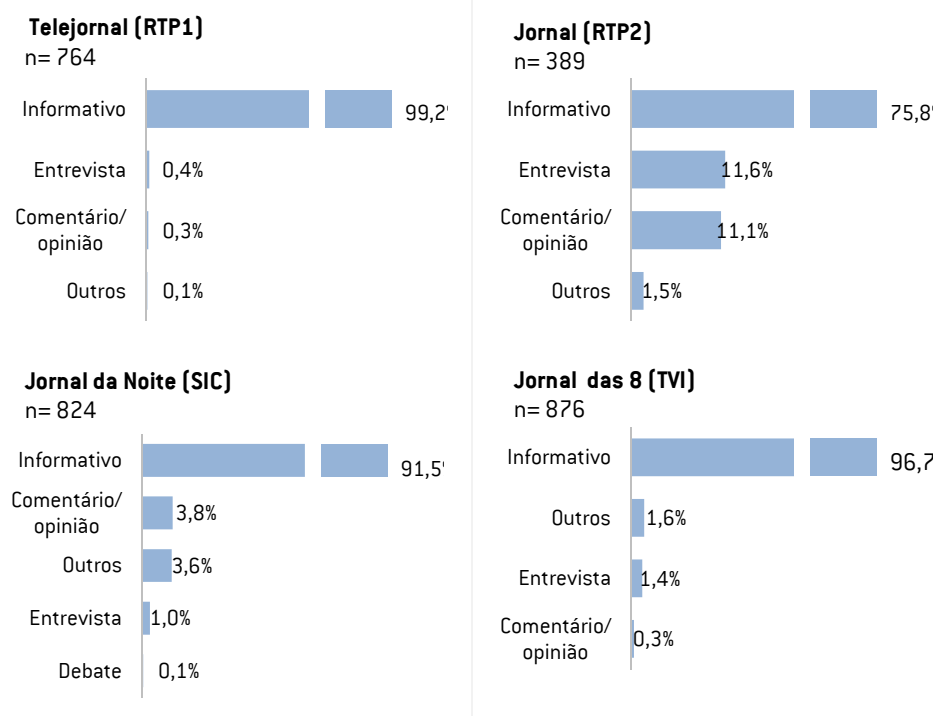
A ERC considera, à semelhança dos correspondentes dispositivos legais, que deve existir uma distinção clara entre informação e opinião.

A informação é produzida com base nas regras jornalísticas que prosseguem a objetividade.

Por outro lado, os espaços de comentário/opinião veiculam a posição e a subjetividade dos seus autores.

A análise desta dimensão do rigor tem por base a variável registo jornalístico, que permite classificar cada peça analisada: informativo, entrevista, comentário/opinião, debate, outros.

**Fig. 8 Registo jornalístico das peças, por serviço de programas (2016)**



### **PRIMAZIA PARA O REGISTO JORNALÍSTICO INFORMATIVO**

Nos alinhamentos dos quatro noticiários existem conteúdos que pertencem à esfera da informação e outros que se inscrevem na esfera da opinião.

Uma clara primazia de peças com *registo jornalístico informativo* caracteriza os quatro noticiários. Entre 75,8 % e 99,2 % das peças apresentam esse registo, aproximando-se da vocação informativa que define esses serviços noticiosos.

Estas peças são, na sua maioria, notícias e reportagens, geralmente constituídas pelo texto de apresentação lido pelo pivô e pela gravação e/ou pela ligação em direto realizada pelo jornalista. Ainda na esfera da informação, verifica-se que as *entrevistas* (em estúdio/ao vivo ou gravadas) encontram-se em número residual nas edições dos noticiários da *RTP1*, *SIC* e *TVI*, onde representam cerca de 1,0 %, ou menos, dos conteúdos exibidos.

Nas edições do “Telejornal” foram identificadas apenas três *entrevistas* (em edições diferentes), nas do “Jornal da Noite” oito *entrevistas* (em cinco edições diferentes). No “Jornal das 8” foram identificados doze momentos de *entrevista* (dois na mesma edição e os restantes em edições distintas).

#### **REPRESENTAÇÃO DIMINUTA DO COMENTÁRIO/OPINIÃO, EM PARTICULAR NOS NOTICIÁRIOS DA RTP1 E DA TVI**

Tal como as *entrevistas*, também os espaços de *comentário/opinião* têm uma representação diminuta nas edições analisadas em 2016. Em alguns noticiários são praticamente inexistentes, como acontece no “Telejornal” e no “Jornal das 8”.

#### **O “JORNAL 2” TEM MAIS ENTREVISTAS E COMENTÁRIOS**

Já no “Jornal 2”, apesar do predomínio de peças de *registo informativo*, cerca de 11,0 % dos seus conteúdos são momentos de *comentário/opinião*, e uma percentagem equivalente são *entrevistas*.

Em termos de formato, as edições do “Jornal 2” caracterizam-se por reservar alguns momentos à realização de *entrevistas* e também a receber comentadores em estúdio que se pronunciam sobre assuntos da atualidade informativa, muitas vezes abordados em anteriores peças informativas do alinhamento<sup>6</sup>.

Esse perfil do noticiário da *RTP2* é patente no conjunto das 30 edições analisadas: 20 tiveram pelo menos um momento reservado ao *comentário/opinião*, e em 27 foram realizadas 45 *entrevistas* (ou seja, mais do que uma por edição).

#### **Os DEBATES ESTÃO PRATICAMENTE AUSENTES DOS NOTICIÁRIOS**

Os *debates* são outro registo praticamente ausente das edições dos blocos informativos. Identifica-se apenas um *debate* entre especialistas em torno da temática do *bullying* infantil na edição de 3 de maio do “Jornal da Noite”.

#### **AS RÚBRICAS TEMÁTICAS COMPÕEM AS ESCOLHAS DE QUASE TODOS OS NOTICIÁRIOS**

Verifica-se, no entanto, que os alinhamentos dos quatro noticiários não se esgotam nas peças com os registos acima identificados. Em todos foi identificada uma percentagem diminuta de peças classificada com o registo *outros*.

Como exemplo de conteúdos identificados dessa forma, refira-se o “Jornalíssimo”<sup>7</sup> que estreou a 14 de setembro no “Jornal 2”. Nesse espaço, Joana Fillol, «comentadora Jornal 2/Jornalíssimo», surge em interação com o pivô do noticiário, divulga e analisa notícias destacadas pelo seu jornal digital com o mesmo nome. Em cada edição lança uma pergunta ao público jovem que deve ser respondida no sítio eletrónico do jornal.

---

<sup>6</sup> Essa característica do “Jornal 2” é evidenciada na própria sinopse do programa no sítio eletrónico da RTP (<http://www.rtp.pt/programa/tv/p16478>): «O formato acomoda um convidado ou comentador em estúdio».

<sup>7</sup> A rubrica “Jornalíssimo” do “Jornal 2” parte do projeto de jornalismo digital com o mesmo nome. Segundo o estatuto editorial desse projeto que está publicado online (<http://www.jornalissimo.com/estatuto-editorial>), o “Jornalíssimo” «é um jornal digital de informação geral destinado a jovens». Esse projeto de jornalismo digital nasceu no UPTEC – Parque de Ciência e Tecnologia da Universidade do Porto.



No “Jornal da Noite” da *SIC* são classificadas com registo *outros* as previsões meteorológicas que o pivô apresenta no final da edição, mas também rúbricas que se mantêm há alguns anos nos alinhamentos deste noticiário, como a rúbrica tecnológica “Futuro Hoje” e a rúbrica gastronómica “Ir é o melhor remédio”. A sua inclusão é antecedida de um separador gráfico que as identifica e distingue.

Também nas edições do “Jornal das 8” se identificam conteúdos classificados com registo jornalístico *outros*. Um exemplo é a rúbrica gastronómica “Mesa nacional”.

Outro caso são os sorteios do concurso Euromilhões que em 2016 continuam a ser integrados em edições do noticiário da *TVI*.

#### **O “TELEJORNAL” DEIXA DE TER COMENTADORES POLÍTICOS RESIDENTES COMO SÓCRATES OU MORAIS SARMENTO**

Uma diminuta presença de conteúdos classificados como *comentário/opinião* nas edições do “Telejornal” acentua-se em 2016. Um dos factos que se evidencia, é a inexistência de comentários de André Macedo nas edições analisadas nesse ano, enquanto em 2015 foi o comentador mais presente (na qualidade de diretor do Diário de Notícias e comentador *RTP*)<sup>8</sup>. Para além disso, a *RTP* deixou de incluir espaços regulares de comentário político nas suas edições. Recorde-se que espaços como o do ex-primeiro-ministro José Sócrates (“A opinião de José Sócrates”) e do ex-deputado do PSD Nuno Morais Sarmento (“A opinião de Nuno Morais Sarmento”) compuseram os alinhamentos deste serviço informativo.

Em abril de 2015, uma mudança de estratégia editorial extinguiu esses espaços de comentário político, sendo remetidos para o serviço de programas temático informativo, *RTP3*.

Essa orientação manteve-se até à edição de 27 de novembro de 2016, altura em que o “Telejornal” estreou um novo conteúdo, “Confronto”, que é, um espaço de debate em estúdio entre dois comentadores publicamente reconhecidos pela sua atividade político-partidária (Ana Gomes do PS e Nuno Morais Sarmento do PSD)<sup>9</sup>.

#### **O “JORNAL DAS 8” PERDE O ESPAÇO DE COMENTÁRIO ASSINADO POR MARCELO REBELO DE SOUSA**

Nas edições de domingo do “Jornal das 8” da *TVI*, é igualmente notória uma mudança que, em parte, explica a menor representação dos espaços de opinião neste noticiário. Está relacionada com o fim do habitual espaço de comentário de Marcelo Rebelo de Sousa a 11 de outubro de 2015. O comentador cessou as suas funções no programa, no contexto da sua candidatura às eleições para a Presidência da República decorridas a 24 de janeiro de 2016, das quais sairia vencedor.

#### **O “JORNAL DA NOITE” MANTÉM ESPAÇO REGULAR DE MIGUEL SOUSA TAVARES E LUÍS MARQUES MENDES**

Na *SIC* os espaços de comentário/opinião são mais frequentes, o que se deve sobretudo à presença semanal de dois comentadores: Miguel Sousa Tavares e Luís Marques Mendes.

Ambos mantêm o seu estatuto de comentadores residentes e, sob o mesmo formato que em anos anteriores, continuam a marcar presença regular no “Jornal da Noite”.

Miguel Sousa Tavares continua a comentar a atualidade nacional e internacional nas edições de segunda-feira, e Luís Marques Mendes mantém o lugar de comentador político residente, fazendo o seu comentário nas edições de domingo, no espaço intitulado “Opinião de Luís

---

<sup>8</sup> Refira-se que em agosto de 2016 André Macedo deixou o cargo de diretor que ocupava no Diário de Notícias e passou a ser diretor-adjunto de informação da *RTP*.

<sup>9</sup> A amostra de 2016 não incluiu nenhuma edição deste espaço de debate, ausência que se reflete nos resultados apresentados.

Marques Mendes”<sup>10</sup>.

Nas edições do “Jornal da Noite” continuou a verificar-se a participação de profissionais do canal nos espaços de análise e opinião. Identificam-se comentários sobre a atualidade informativa do diretor adjunto de informação, José Gomes Ferreira, e do subdiretor de informação, Bernardo Ferrão.

#### **O “JORNAL 2” CONTINUA A DIVERSIFICAR OS COMENTADORES E ESPECIALISTAS CONVIDADOS**

Também no caso do “Jornal 2” se identificam diferentes modalidades de participação de comentadores: espaços de opinião destinados aos chamados comentadores residentes e outros marcados pela presença de especialistas convidados a analisar e comentar assuntos específicos da atualidade informativa.

Das personalidades que em 2016 integram o painel de comentadores deste bloco informativo, identifica-se a participação das seguintes: Álvaro Costa; Carlos Reis; Cesário Borga; Cristina Azevedo; Felipe Pathé Duarte; Felisbela Lopes; Filipe Vasconcelos Romão; José Teixeira Fernandes; Luís Alves; Manuel Carvalho; Marco Silva.

Alguns desses comentadores participam com regularidade nas edições do noticiário, tal como Felisbela Lopes. Outros, porém, nem sempre surgem com regularidade, tal como Álvaro Costa.

No que concerne aos comentadores com presença não regular, diga-se que surgem a propósito de assuntos ou acontecimentos da ordem do dia desenvolvidos na edição em que participam. Verifica-se que fazem a sua participação ora em estúdio, ora a partir de uma ligação para outro estúdio ou local. Alguns destes comentadores são Carlos Reis, Felipe Pathé Duarte e Marco Silva. A propósito deste espaço de opinião de Álvaro Costa, onde apresenta sugestões culturais e analisa produtos culturais, por vezes é identificada a presença em simultâneo de um convidado que é entrevistado pelo pivô a propósito de algum dos temas abordados pelo comentador.

#### **OS MOMENTOS RESERVADOS AO COMENTÁRIO/OPINIÃO SÃO DEMARCADOS DOS RESTANTES CONTEÚDOS**

Verifica-se que, embora cada noticiário tenha as suas especificidades em termos de formato e presença de espaços de comentário/opinião, os recursos utilizados para o seu enquadramento e para a sua distinção dos restantes conteúdos são semelhantes.

A título de exemplo, no “Jornal da Noite” a demarcação dos espaços reservados à opinião dos seus dois comentadores residentes – Miguel Sousa Tavares e Luís Marques Mendes – continua a ser garantida através da utilização de separadores gráficos (com a sua imagem e assinatura), introduzidos imediatamente antes do início desses espaços, como forma de os identificar e sinalizar uma interrupção na regular sequência do noticiário.

#### **A DISTINÇÃO ENTRE ENTREVISTA E O COMENTÁRIO NEM SEMPRE É CLARA**

Apesar de, em geral, os noticiários analisados demarcarem os momentos reservados ao comentário/opinião dos restantes conteúdos, continua a ser relevante sinalizar o facto de, por vezes, a distinção entre os espaços de *entrevista* (informação) e os espaços de *comentário* (opinião) ser menos clara e evidente.

Em televisão, esses dois registos podem confundir-se devido às semelhanças de formato: o pivô do noticiário, além de introduzir os assuntos a comentar, muitas vezes também coloca questões, papel equivalente àquele assumido perante os entrevistados.

---

10 Recorde-se que entre 16 de março de 2013 e 10 de outubro de 2015, o comentador tinha o seu espaço nas edições de sábado, tendo a sua emissão transitado, com o mesmo formato, para os domingos, a partir de 18 de outubro de 2015.

Observa-se que a dificuldade em distinguir esses conteúdos ocorre, por exemplo, quando o pivô se refere ao seu interlocutor simplesmente como «convidado» sem especificar se surge na qualidade de comentador ou de entrevistado.

#### **SEIS POR MEIA DÚZIA: UM CASO DE REGISTO JORNALÍSTICO HÍBRIDO**

Na amostra de 2016 da informação diária foram detetadas três edições<sup>11</sup> da rubrica “Seis por Meia Dúzia”, transmitidas pelo “Jornal das 8” da TVI. A rubrica, «uma crónica de sátira política»<sup>12</sup> segundo a TVI, é atípica quanto ao *registo jornalístico informativo* ou de *comentário/opinião* devido a uma conjugação de elementos [o genérico sugere uma associação ao *registo opinativo*, mas as imagens ora são factuais, ora são distorcidas por falsas legendas, pela edição e pela narração] perturbadores das expectativas de rigor dos telespectadores face aos conteúdos de um noticiário.

Não é só, pois, uma «desconstrução», mas uma *reconstrução* com um tratamento que enviesava e altera a perceção dos factos, apelando à reação emocional do telespectador pela exploração de sensações, sendo possível identificar nas suas peças praticamente todas as dimensões de sensacionalismo. O *sensacionalismo* está presente no *discurso*, através do recurso a expressões populares, jogos de palavras e juízos de valor; das insinuações sobre políticos questionando a sua idoneidade, sem acusação clara; no *fait-divers*, pela republicação de capas de revistas de vida social ou de fotografias de *paparazzi*, de frágil valor informativo; nas técnicas de *edição* características de géneros não-informativos (ficção ou entretenimento) usadas para instilar na narrativa um tempo de comédia, como a *repetição (replay)*, que cria o efeito de *gaffe*, ou a *sequenciação de planos curtos* recontextualizados pelo discurso do autor da rubrica e pela música; na *música* popular, cujos trocadilhos ajudam a fixar o sentido que o autor quer atribuir às imagens.

Em desfavor do referente factual dos conteúdos de um noticiário, a legenda ora serve o propósito satírico, com conteúdo fictício (sem que o desmentido seguinte anule o engano, num visionamento linear), ora corresponde a uma conversa real pouco audível que se pretende clarificar.

Finalmente, há elementos cénicos de veridicção típicos do contexto de informação: o jornalista fala diretamente para a câmara, enquadrado em plano americano (sentado à secretária na redação nos bastidores do estúdio do noticiário). É uma encenação convencional na análise ou explicação de factos complexos por um editor ou jornalista especializado. Porém, o discurso aqui é subjetivo e vincado por juízos de valor.

Em suma, as características da rubrica distanciam-na de um conteúdo jornalístico e aproximam-na do registo de propaganda política, devido à unidimensionalidade do enfoque. Na medida em que, partindo de uma perspetiva inteiramente negativa da atividade política e dos seus atores, se tece uma narrativa fechada, sem lugar a contraditório ou a interpretações alternativas, esta rubrica, no bloco noticioso, não atende ao princípio democrático do pluralismo e da diversidade de correntes de opinião. Trata-se de um olhar subjetivo que, ao distorcer os factos que lhe servem de referência, também não se qualifica como *opinião* que, devidamente identificada

---

<sup>11</sup> Correspondentes às datas 20 de agosto, 8 de outubro e 26 de novembro de 2017.

<sup>12</sup> O “Seis por Meia Dúzia” é descrito pelo operador como «atento às tribos partidárias, aos fregueses corporativos ou aos absurdos oficiais». Rejeita-se a circunscrição ao período da chamada *silly season* (de abrandamento da atividade política), «porque o exercício do poder é sempre escaldante.» O enfoque no discurso e na ação dos políticos é afirmado com um sentido negativo: «e porque a República continua uma salada de frutas, digna de figurar nas melhores antologias de troca-tintas. Quem dá mais, quem finge vender por menos? Nesta feira institucional, todo o palavreado conta...». Na secção “Sobre o Programa”, sinopse da rubrica “Seis por Meia Dúzia” transmitida pelo “Jornal das 8” da TVI: <<http://tviplayer.iol.pt/programa/seis-por-meia-duzia/578751cd0cf22c4188c49781>> (maio de 2017).

enquanto tal, pudesse contribuir para o esclarecimento do espectador. Pelo contrário, a ambiguidade e coexistência de enunciados factuais com enunciados verosímeis, acentuada pelo uso generalizado de dispositivos de sensacionalismo em lugar de argumentos racionalmente fundamentados, aproxima-a mais de um conteúdo de *infotainment*.

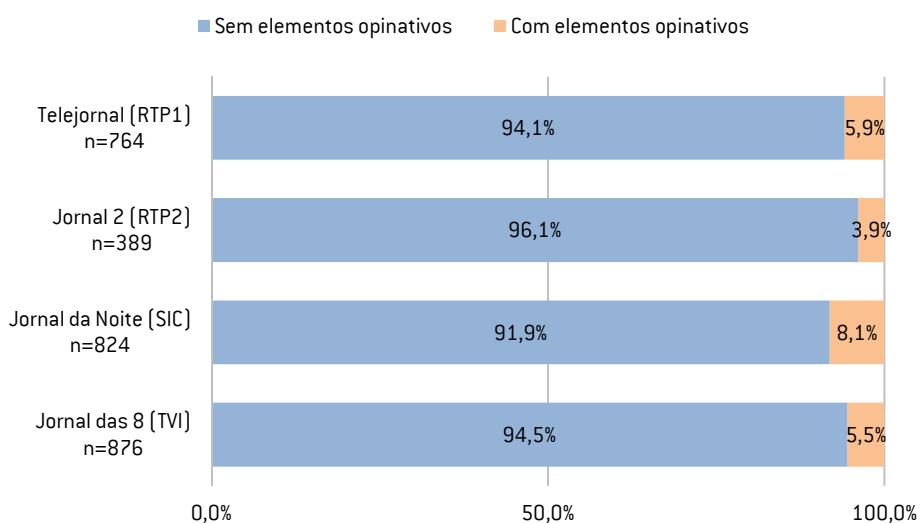
Conclui-se que “Seis por Meia Dúzia” tem atributos de *registo jornalístico informativo e opinativo, ambivalência passível de provocar confusão no espectador*. É dever legal do operador explicitar a *separação entre informação e opinião*. Além disso, a rubrica apresenta elementos de géneros não jornalísticos, mais próximos da programação de entretenimento, o que leva a pôr em causa a sua presença no alinhamento do serviço noticioso.

## B) ELEMENTOS OPINATIVOS NO DISCURSO DO OPERADOR

Para este indicador é verificada a presença de juízos valorativos, suscetíveis de desvirtuar a factualidade e objetividade da informação.

Distinguem-se os elementos opinativos das interpretações existentes no discurso do operador. As interpretações são utilizadas para estabelecer relações entre os factos, de modo a contextualizar a informação, ao passo que os elementos opinativos tendem a desvirtuar o seu sentido.

**Fig. 9 Presença de elementos opinativos no discurso do operador, por serviço de programas (2016)**



#### **NA MAIORIA DAS PEÇAS NÃO FOI IDENTIFICADO QUALQUER ELEMENTO OPINATIVO NO DISCURSO DO OPERADOR**

Os dados apurados mostram que a construção da maioria das peças é baseada em sequências de texto e imagem informativas, sustentadas na descrição ou interpretação dos factos.

Apesar de esta tendência ser claramente predominante, existe, ainda que residualmente, um conjunto de peças com elementos explicitamente opinativos que, de algum modo, podem ser suscetíveis de colocar em causa o seu dever de rigor.

De modo a ilustrar o tipo de elementos que refletem marcas de opinião ou juízos de valor nos conteúdos informativos, refira-se o recurso a ironia e a um estilo jocoso, a utilização de adjetivação e de frases construídas para apoiar juízos valorativos sobre a informação.

#### **A POLÍTICA NACIONAL E O DESPORTO CONCENTRAM A MAIOR PARTE DOS ELEMENTOS OPINATIVOS**

Estas peças reportam sobretudo assuntos relacionados com *política nacional* e *desporto* (exceto no “Jornal 2”), mas também *ordem interna* (no caso dos noticiários da SIC e TVI).

No caso do “Telejornal”, as peças com *elementos opinativos*, têm como temas principais *desporto* e *política nacional*. Os conteúdos de *desporto* abordam assuntos tão diversos como a performance de equipas da Primeira Divisão de futebol em competições como a Liga dos Campeões, a Liga Europa e o Campeonato Nacional, mas também sobre o desempenho de Cristiano Ronaldo, jogador português do Real Madrid.

As peças de *política nacional* têm como assuntos mais presentes acontecimentos relacionados com a problemática do défice nacional e a possibilidade de sanções por parte da Comissão Europeia, bem como ações de campanha de candidatos às eleições para a Presidência da República.

No “Jornal da Noite”, a maior parte das peças com *elementos opinativos* no discurso do operador referem-se a atividades da *política nacional*, nomeadamente ações do Governo de António Costa, ações de campanha de candidatos à Presidência da República e atividades de Marcelo Rebelo de Sousa enquanto Presidente da República.

#### **OS OPERADORES PRIVADOS TENDEM A VEICULAR ELEMENTOS OPINATIVOS EM PEÇAS SOBRE ORDEM INTERNA**

As marcas opinativas nos conteúdos do “Jornal da Noite” estão também presentes em peças sobre *ordem interna*, *desporto* e *política internacional*. Se ao nível dos conteúdos de *política internacional* e da *ordem interna*, esses elementos dispersam-se em assuntos muito diferentes, no caso das peças sobre *desporto*, surgem, uma vez mais, a propósito da performance futebolística das equipas do Benfica, Sporting e Porto.

As peças do “Jornal das 8” em que se identificam *elementos opinativos* centram-se equitativamente em três temas: *política nacional*, *ordem interna* e *desporto*.

Entre os assuntos da política interna registam-se acontecimentos que envolvem o Presidente da República, Marcelo Rebelo de Sousa. A nível da *ordem interna*, debruçam-se sobre os homicídios de Aguiar da Beira, alegadamente cometidos por Pedro Dias, e no caso do *desporto*, sobre diferentes assuntos relacionados com futebol.

#### **O “JORNAL 2” É O NOTICIÁRIO COM MENOS ELEMENTOS OPINATIVOS**

O noticiário da RTP2 volta a escapar à tendência para que as peças sobre *desporto* apresentem elementos opinativos de modo recorrente, o que se pode dever ao facto de este tema estar praticamente ausente dos seus alinhamentos.

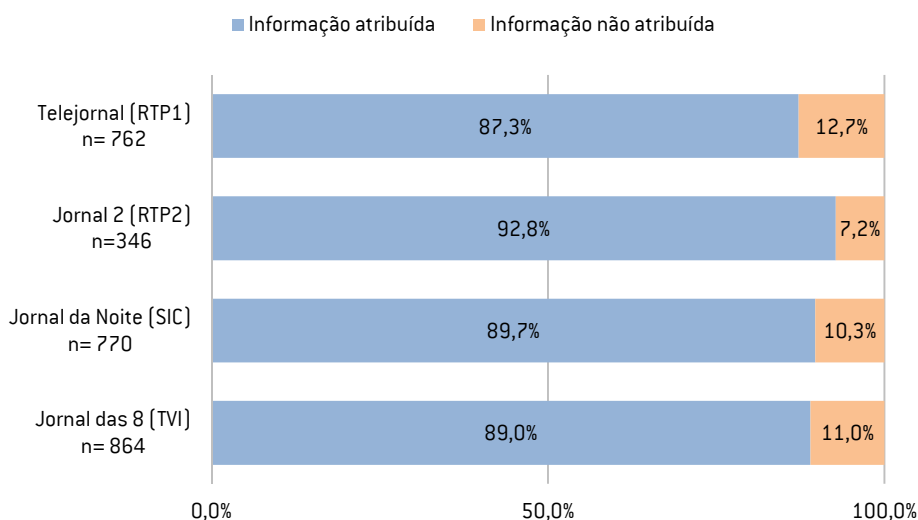
As peças do “Jornal 2” com este tipo de elementos, centram-se em assuntos relacionados com *política nacional, política europeia e política internacional*. A título de exemplo, refiram-se peças que abordam assuntos diretamente relacionados com a ação do Governo PS de António Costa (como o défice português e a possibilidade de sanções por parte de Bruxelas) ou a mensagem de ano novo do então Presidente da República Cavaco Silva.

### C) ATRIBUIÇÃO E IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO

As fontes são responsáveis pelas informações veiculadas, delas dependendo a veracidade dos factos. Assim, considera-se como pressuposto do rigor a sua correta identificação.

Este plano de análise distingue as fontes consultadas e identificadas (*informação atribuída*) dos casos em que aos factos relatados não são associadas fontes de informação (*informação não foi atribuída*).

**Fig. 10 Atribuição da origem da informação das peças, por serviço de programas (2016)**



Nota: Não se consideram nesta análise as peças com registo *comentário/opinião, debate, sorteio de Euromilhões e blocos metereológicos*.

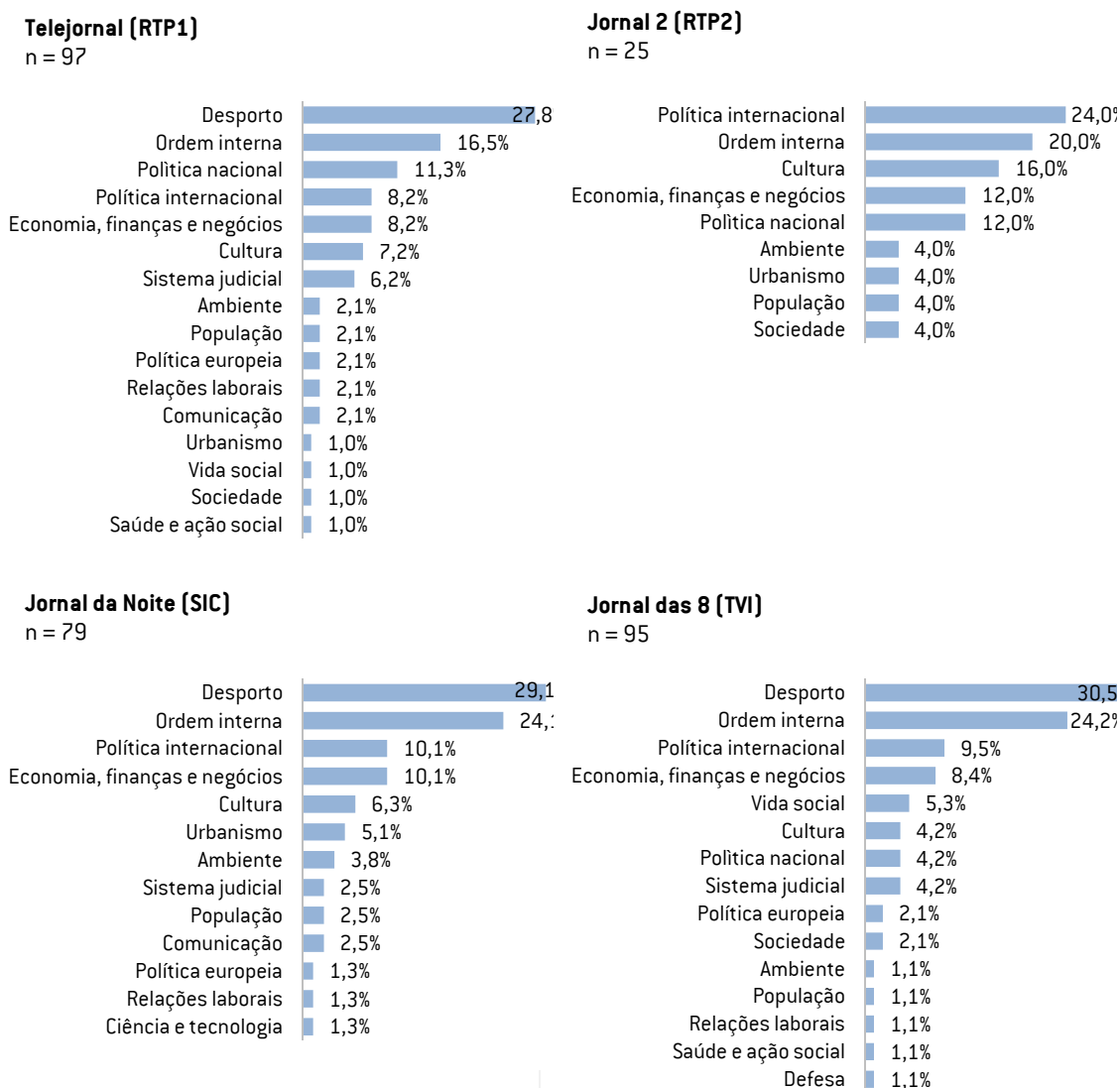
#### **A MAIORIA DAS PEÇAS ANALISADAS IDENTIFICA PELO MENOS UMA FONTE DE INFORMAÇÃO**

Os resultados indicam que a maioria dos conteúdos dos quatro canais tende a observar o rigor informativo em termos de atribuição da informação, identificando pelo menos uma fonte. O “Jornal 2” é o serviço noticioso no qual esta tendência tem maior expressão.

Ainda assim, 10,8 % das peças não identifica a origem da informação relatada. Entre estas destacam-se as que integram o “Telejornal” (RTP1), seguidas do “Jornal das 8” (TVI), “Jornal da Noite” (SIC) e, com menor expressão, as do “Jornal 2” (RTP2).

Nas peças que não identificam qualquer fonte de informação, considerando os quatro serviços noticiosos (296 peças), 56,8 % correspondem a notícias com uma *duração breve*, isto é, igual ou inferior a um minuto. Esta tendência é observável sobretudo nos blocos informativos da RTP1, RTP2 e TVI.

**Fig. 11 Temas dominantes das peças com informação não atribuída, por serviço de programas (2016)**



Nota: Não se consideram nesta análise as peças que identificam pelo menos uma fonte de informação, assim como as peças com registo *comentário/opinião, debate, sorteio de Euromilhões* e blocos meteorológicos.

**DESPORTO E ORDEM INTERNA SÃO OS TEMAS MAIS PRESENTES EM PEÇAS SEM FONTES DE INFORMAÇÃO**

Uma análise temática do conjunto dos conteúdos analisados que não identificam qualquer fonte de informação mostra que reportam, fundamentalmente, assuntos relacionados com dois temas: *desporto* e *ordem interna*.

Esta é uma tendência comum a três blocos informativos: “Telejornal”, “Jornal das 8” e “Jornal da Noite”. Ainda assim, o tema *desporto* é claramente o mais recorrente nas peças que não referem

as suas fontes. Remetem, sobretudo, para a descrição dos resultados dos jogos de futebol ou para o anúncio da transmissão em direto destas competições desportivas.

Observa-se que o “Telejornal” apresenta a *política nacional* como terceira temática mais frequente nesse tipo de peças, sendo que no “Jornal da Noite” não foi identificada qualquer peça sobre esse tema que não tenha identificado as suas fontes de informação.

Já no caso dos assuntos de *ordem interna*, os noticiários da SIC e da TVI destacam-se entre os operadores considerados.

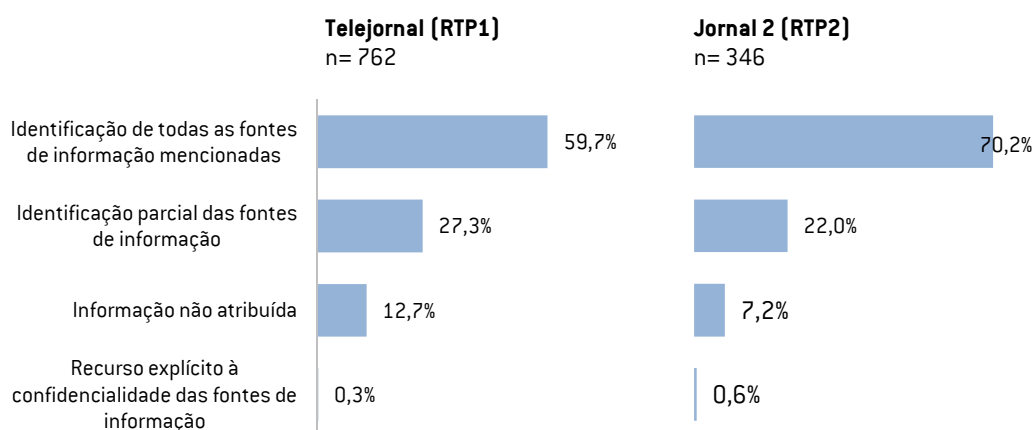
À semelhança de anos anteriores, a maior percentagem de peças de *ordem interna* sem fonte de informação, justifica-se pela cobertura de acontecimentos relacionados com *incêndios, atividades policiais e acidentes e catástrofes*. Em geral correspondem a conteúdos com duração média, nas quais o repórter descreve os factos relacionados com o acontecimento.

É de salientar como especificidade do bloco informativo da RTP2 que as peças que não identificam as fontes se centram em três temáticas: *política internacional, ordem interna e cultura*.

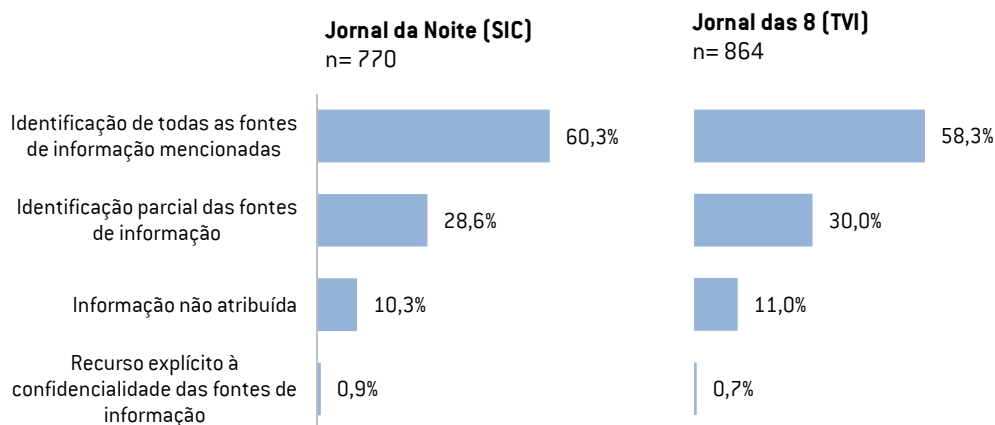
Para além da distinção entre as fontes identificadas e não identificadas, são também observados os elementos de rigor na sua identificação.

Nesse sentido, aplicam-se quatro níveis de rigor na atribuição da origem da informação: informação não atribuída, *identificação parcial das fontes de informação, recurso explícito à confidencialidade de fontes de informação e identificação de todas as fontes de informação*.

**Fig. 12 Rigor na identificação das fontes de informação, por serviço de programas (2016)**







Nota: Não se consideram nesta análise as peças com registo *comentário/opinião, debate*, sorteio de Euromilhões e blocos meteorológicos.

### CERCA DE METADE DAS PEÇAS IDENTIFICA INEQUIVOCAMENTE TODAS AS FONTES DE INFORMAÇÃO

Mais de metade das peças analisadas nos diferentes blocos identifica inequivocamente *todas as fontes de informação* que referem. Essa tendência apresenta o valor mais elevado no “Jornal 2”, em 70,2 % dos conteúdos.

O segundo nível mais recorrente é o da *identificação parcial das fontes de informação*, que se aproxima dos 30,0 % no bloco da *TVI*, apresentando valores ligeiramente mais baixos nos noticiários da *SIC, RTP1 e RTP2*.

O terceiro conjunto de peças mais frequente nos noticiários analisados *não refere qualquer fonte de informação*, ou seja, aquelas que indiciam menor nível de rigor, com uma proporção semelhante no “Telejornal”, no “Jornal da Noite” e no “Jornal das 8”. O “Jornal 2” apresenta um peso ligeiramente inferior de peças sem referência a qualquer fonte de informação.

### O RECURSO EXPLÍCITO A FONTES CONFIDENCIAIS É RESIDUAL

A análise também contempla os casos em que os serviços de programas consideram existir necessidade de proteger as fontes, nomeadamente através do recurso à garantia de confidencialidade das mesmas. Nesse sentido, verifica-se que as peças que apresentam pelo menos uma fonte confidencial têm uma representação residual em todos os canais.

A verificação do rigor na identificação das fontes de informação contempla ainda a caracterização dos casos em que as fontes são identificadas de forma pouco clara ou indeterminada.

Esses elementos de falta de rigor são classificados em seis categorias: *utilização de imagens de terceiros sem especificação da sua origem, autorreferência do canal, generalização de informações, fontes de informação que prestam declarações diretas sem identificação, cidadãos comuns sem indicação do nome, e outros elementos*.

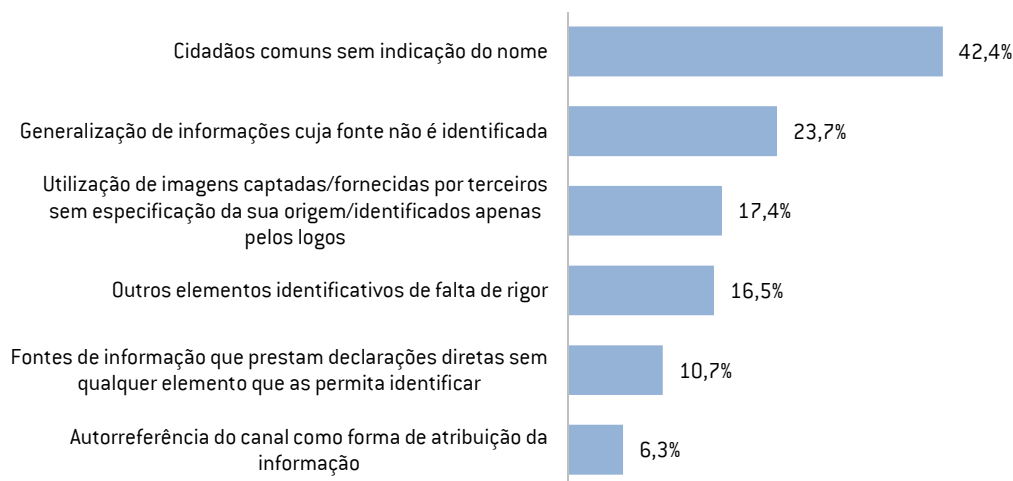
### CERCA DE UM TERÇO DAS PEÇAS INDICIAM FALTA DE RIGOR NA IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO

Considerando os resultados relativos a cada um dos blocos informativos, observa-se que em 31,9 % das peças do “Jornal das 8”, 30,3 % do “Jornal da Noite”, 29,0 % do “Telejornal” e 24,0 % do “Jornal 2”, existe falta de rigor na identificação das fontes de informação.

**Fig. 13 Elementos indicativos de falta de rigor na identificação das fontes de informação, por serviço de programa (2016)**

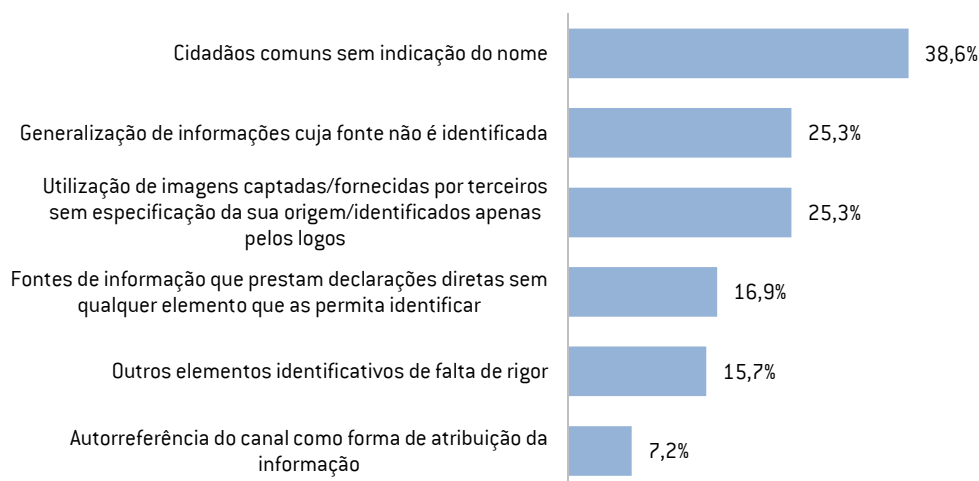
#### **Telejornal (RTP1)**

n= 224



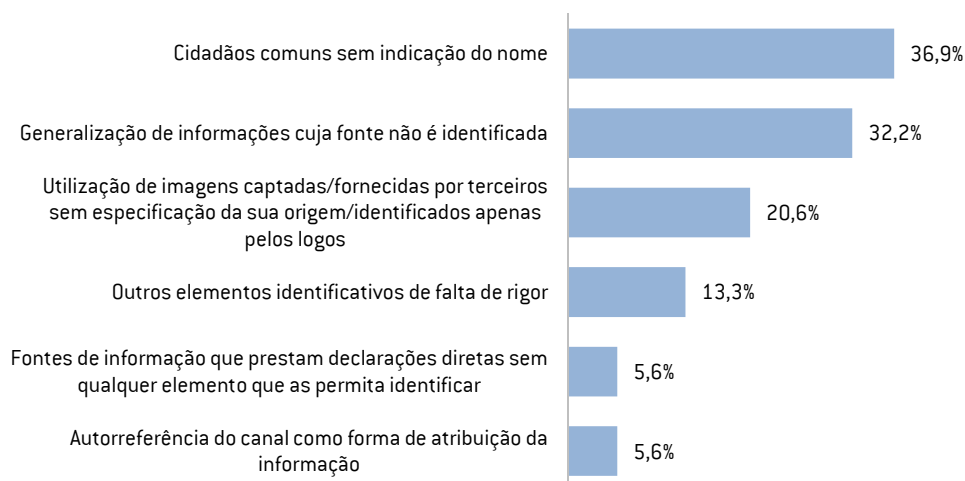
#### **Jornal 2 (RTP2)**

n= 83



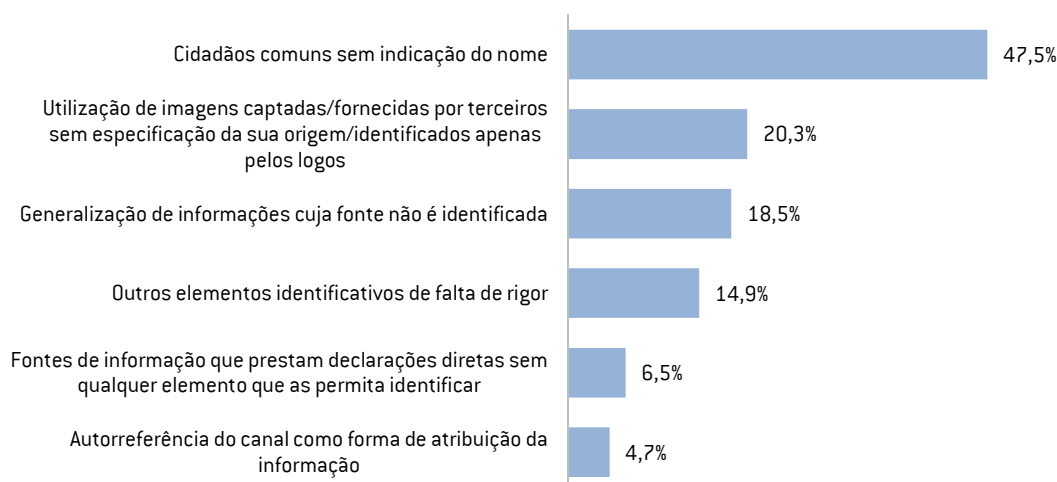
### Jornal da Noite (SIC)

n= 107



### Jornal das 8 (TVI)

n= 276



Nota: Não se consideram nesta análise as peças que identificam a totalidade das suas fontes de informação, assim como as peças com registo *comentário/opinião, debate*, sorteio de Euromilhões e blocos meteorológicos.

#### A FALTA DE RIGOR NA IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES ASSOCIA-SE MAIS VEZES AOS CIDADÃOS COMUNS

Da análise realizada, constata-se que o elemento mais recorrente nas peças de todos os blocos informativos é a apresentação de *cidadãos comuns* como fontes de informação sem os identificar de forma completa e exata. Esta verificação distingue-se do tratamento que geralmente é dado a fontes de informação institucionais, as quais, quando surgem personalizadas, são, regra geral, identificadas através do nome e do cargo ou função.

#### A AMBIGUIDADE NA ATRIBUIÇÃO DA INFORMAÇÃO É O SEGUNDO ELEMENTO MAIS PRESENTE

A *generalização de informações cuja fonte não é identificada* é o segundo elemento indicativo de falta de rigor mais frequente no “Telejornal”, no “Jornal 2” e no “Jornal da Noite”. Um exemplo destes casos é a atribuição genérica de informações «às autoridades», sem esclarecer qual a autoridade em causa, nomeadamente em peças que noticiam acidentes, catástrofes naturais, crimes ou conflitos armados. Outros exemplos de ambiguidade apresentam fontes genéricas como «a imprensa», «segundo os especialistas», «segundo os analistas», «segundo as

sondagens», «dados recentes» ou, ainda, «dados oficiais».

#### **AS IMAGENS DE TERCEIROS NÃO IDENTIFICADAS ESTÃO ENTRE OS ELEMENTOS DE FALTA DE RIGOR MAIS PRESENTES**

No caso do “Jornal das 8”, o segundo elemento indicativo de falta de rigor mais frequente relaciona-se com *imagens captadas/fornecidas por terceiros sem especificação da sua origem/identificadas apenas pelos logotipos*. Este elemento está também presente nos restantes blocos informativos, mas em terceiro lugar. Como exemplo referiram-se os videoamadores, fotografias de terceiros ou imagens de canais estrangeiros. Surgem, sobretudo, associados a peças sobre *atentados e terrorismo, acidentes e catástrofes, conflitos armados e também desporto*.

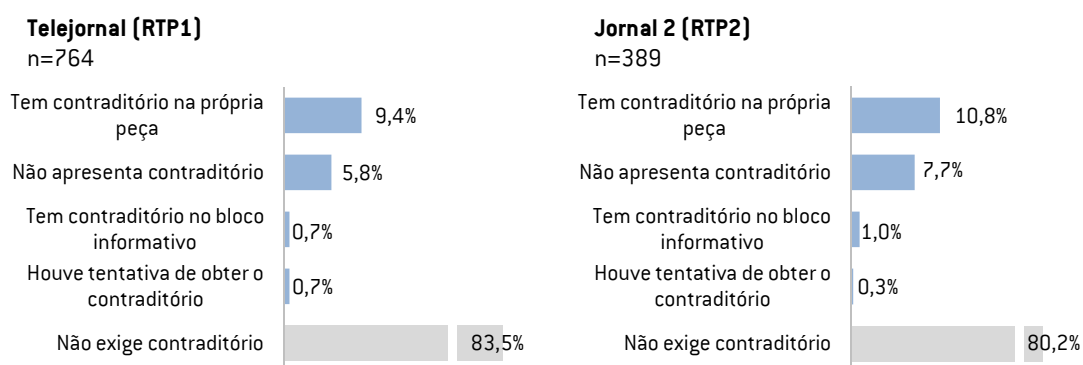
Embora com uma representação mais reduzida, é ainda de referir a utilização de expressões de *autorreferência* como forma de atribuição da informação, tais como «a TVI sabe», «ao que a RTP apurou», «a SIC sabe que neste momento a administração está reunida».

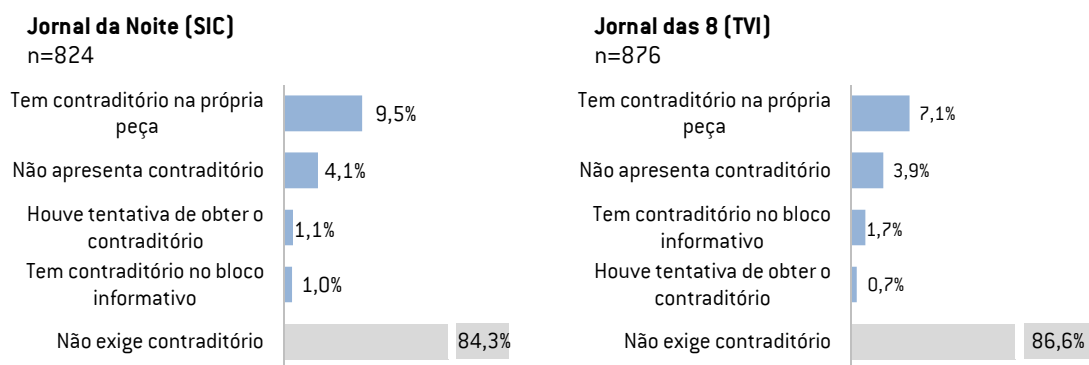
#### **D) RESPEITO PELO PRINCÍPIO DO CONTRADITÓRIO**

O princípio do contraditório determina que a informação deve apresentar a posição das partes em conflito de forma objetiva e isenta, na medida em que a perceção da diversidade de posições conflitantes contribui para o rigor.

Com o objetivo de aferir o respeito por este princípio, a análise distingue as peças em que: não se exige contraditório (*não se aplica*), *se cumpre o contraditório*, *não se cumpre o contraditório* e *houve tentativa de obter o contraditório*.

**Fig. 14 Princípio do contraditório, por serviço de programas (2016)**





### UMA PERCENTAGEM DIMINUTA DAS PEÇAS NÃO RESPEITA O PRINCÍPIO DO CONTRADITÓRIO

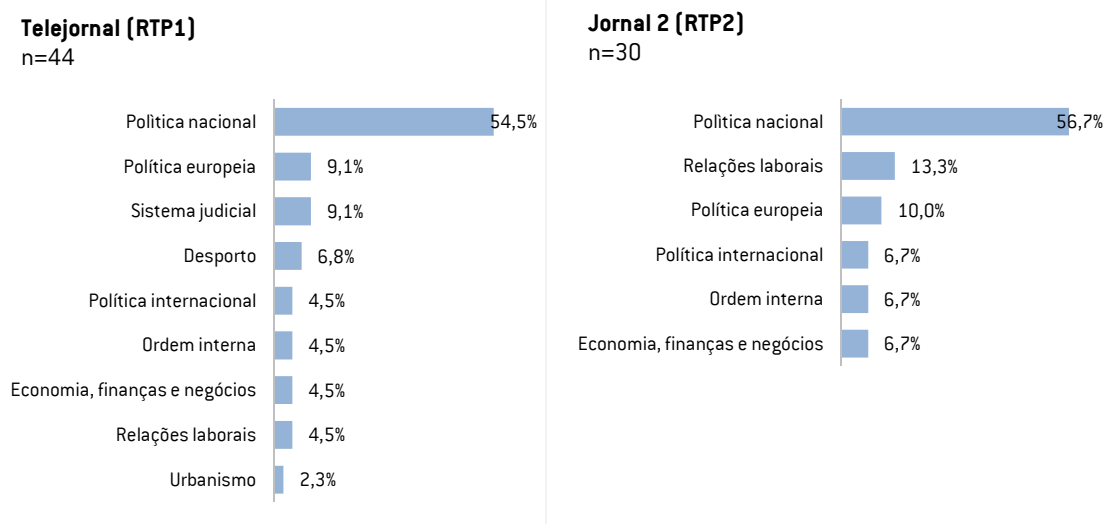
Na grande maioria das peças [84,3 %] dos quatro blocos informativos, os assuntos noticiados não exigem o cumprimento do *princípio do contraditório*.

Atendendo aos casos em que é exigido o contraditório, constata-se que este princípio é, na sua generalidade, respeitado.

São menos expressivas as peças em que o contraditório exigível não é respeitado, nomeadamente 7,7 % das peças do “Jornal 2”, 5,8 % do “Telejornal”, 4,1 % do “Jornal da Noite” e 3,9 % do “Jornal das 8”.

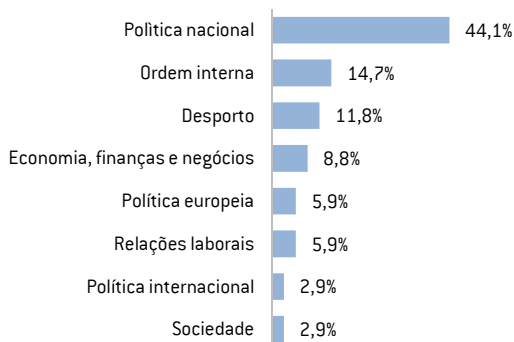
Embora com uma presença residual (0,7 % do total das peças), considera-se que a prática de tentativa de ouvir os interesses atendíveis é favorável ao rigor informativo.

**Fig. 15 Temas dominantes das peças sem contraditório, por serviço de programas (2016)**



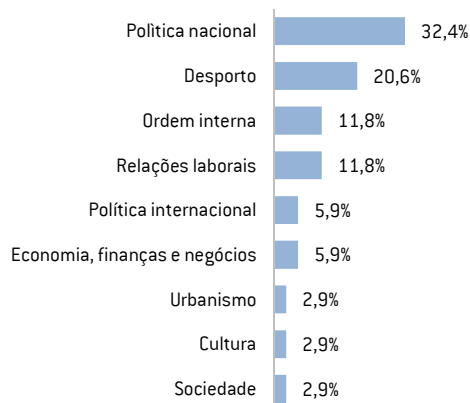
### Jornal da Noite (SIC)

n=34



### Jornal das 8 (TVI)

n=34



#### **A POLÍTICA NACIONAL APRESENTA MAIOR PERCENTAGEM DE PEÇAS QUE NÃO OBSERVAM O PRINCÍPIO DO CONTRADITÓRIO**

Considerando as peças que não respeitam o *princípio do contraditório*, constata-se que a maior percentagem (49,3 %, no conjunto dos quatro canais) se centra sobretudo em assuntos relacionados com *política nacional*.

Esta tendência é mais acentuada nos blocos informativos da *RTP1* e *RTP2*.

Observa-se que também os assuntos classificados com a temática *desporto* e *ordem interna* surgem entre os mais frequentes nas peças que não respeitam o contraditório.

#### **NA RTP1 E RTP2, A AUSÊNCIA DE CONTRADITÓRIO DESTACA-SE NOS TEMAS LABORAIS, POLÍTICA EUROPEIA E JUSTIÇA**

No “Jornal 2”, o segundo tipo mais recorrente de peças sem contraditório é o que se centra em assuntos de *relações laborais*, referentes, na maior parte dos casos, a *manifestações/reivindicações/protestos laborais*.

As demais peças deste canal que desrespeitam o princípio do contraditório têm enfoque em assuntos de *política europeia*.

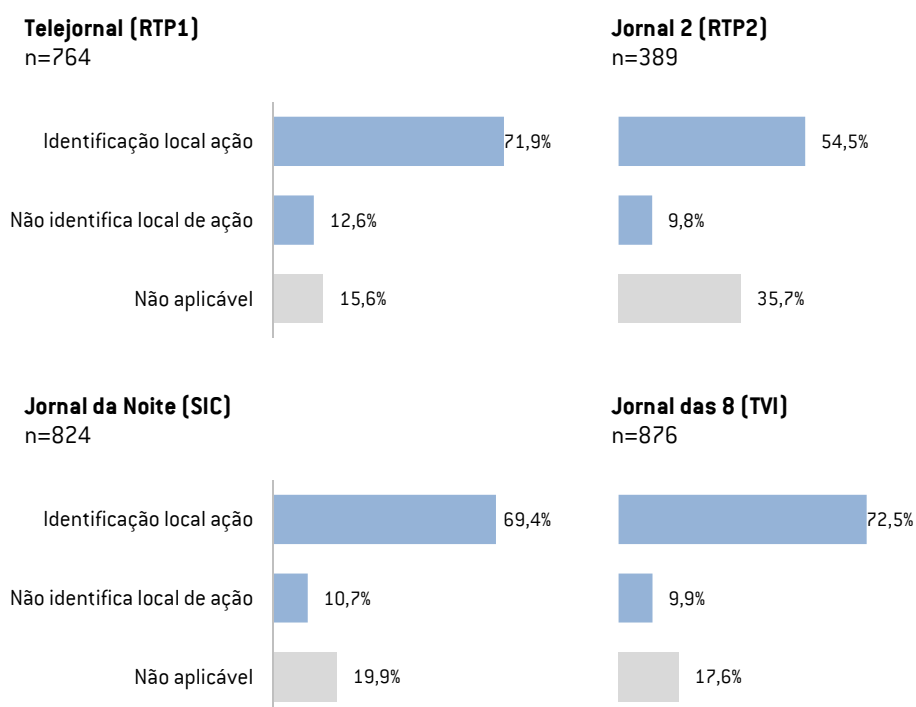
Este, a par do *sistema judicial*, é o segundo tema de peças sem contraditório mais presente no “Telejornal”, [nomeadamente envolvendo polémicas europeias como o *Brexit*].

#### **E) IDENTIFICAÇÃO DO LOCAL DOS ACONTECIMENTOS**

Na verificação do rigor informativo procura-se também analisar a identificação do local onde decorre a ação noticiada.

No âmbito desta dimensão, são assinalados os casos em que o local é *corretamente identificado*, *parcialmente identificado*, ou *não é identificado*.

**Fig. 16 Identificação do local de ação, por serviço de programas (2016)**



**UM CONJUNTO DIMINUTO DE PEÇAS NÃO IDENTIFICA RIGOROSAMENTE O LOCAL ONDE OS ACONTECIMENTOS OCORREM**

A análise da *identificação do local de ação* permite verificar que em 10,8 % dos casos, são referidos acontecimentos, eventos, deslocações de protagonistas das peças, sem que seja identificado de forma rigorosa o local onde decorrem.

O “Telejornal” regista 71,9 % peças em que se *identifica o local de ação*, o “Jornal 2”, 54,5 %, o “Jornal da Noite”, 69,4 % e o “Jornal das 8”, 72,5 %.

Importa referir que, entre as peças em que se considera haver *identificação do local de ação*, em 8,2 % tal é feito de forma parcial. Incluem-se peças que referem locais de relevo histórico, político, desportivo (por exemplo, estádios de futebol, avenidas e ruas, monumentos), sem que se refira a cidade em que se situam.

**F) OBJETIVIDADE JORNALÍSTICA**

O tratamento jornalístico sensacionalista visa criar sensações, emoções e produzir impressões nos telespetadores em relação à informação relatada, sendo suscetível de colocar em causa o rigor e isenção.

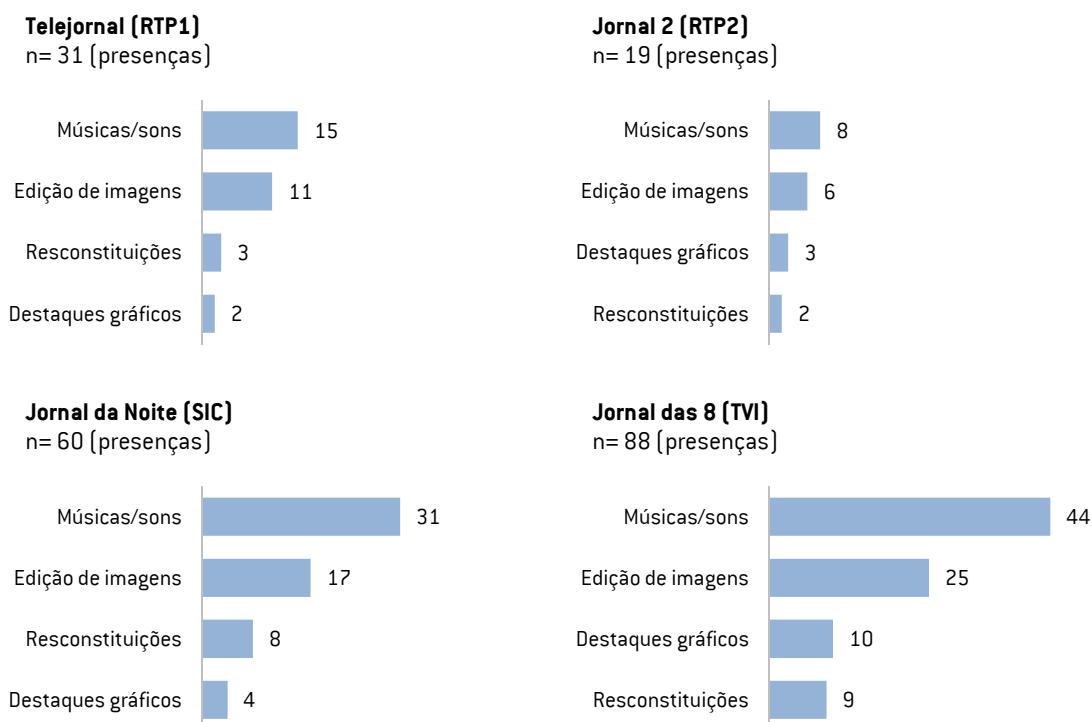
A análise seguinte verifica, através de um conjunto de indicadores, se existe tratamento sensacionalista dos conteúdos.

### UMA FATIA RESIDUAL DAS PEÇAS APRESENTA CONTEÚDOS SENSACIONALISTAS

As opções editoriais sensacionalistas estão presentes em 108 peças. Estas características surgem com mais frequência nos operadores privados, “Jornal das 8”, em 5,6 % das peças, e “Jornal da Noite”, em 4,6 %. No “Telejornal” essas opções estão presentes em 2,4 % das peças, no “Jornal 2” em apenas 0,8 %.

Deste conjunto de peças, importa analisar, através da figura seguinte, que tipo de elementos potencialmente sensacionalistas são identificados.

**Fig. 18 Presença de elementos visando a exploração de sensações, por serviço de programas (2016)**



Nota: Variável de resposta múltipla.

### A INSERÇÃO DE MÚSICA E SONS É O RECURSO MAIS UTILIZADO PARA CONFERIR EMOTIVIDADE ÀS NOTÍCIAS

A inserção de *música e sons*, quando utilizada com o intuito de promover um efeito de surpresa ou aspetos trágicos dos acontecimentos, é o elemento mais utilizado, seguido da *edição de imagens* que conferem um sentido emotivo à narrativa visual.

As *reconstituições* sem fins informativos, assim como os *destaques gráficos* são os recursos menos utilizados nestas peças.

### OS OPERADORES PRIVADOS RECORREM MAIS FREQUENTEMENTE A ELEMENTOS DE FAIT-DIVERS

Para além dos elementos acima identificados, também se observa a existência, nas peças, de *fait-divers* com o intuito de explorar emoções, embora se verifique que são utilizados com mais frequência para gerar familiaridade e identificação com as audiências, procurando assim captá-las. Foi emitido um total de 66 peças com presença de *fait-divers*, sendo mais frequente nos serviços noticiosos dos operadores privados (a TVI com 36 peças e a SIC com 20 peças) do que nos de serviço público (a RTP1 com oito peças e a RTP2 com duas peças).



### **OS ELEMENTOS SENSACIONALISTAS E DE FAIT-DIVERS NAS PEÇAS COM MENORES SÃO MAIS FREQUENTES NA SIC E NA TVI**

Considerando apenas as peças com *presença/referência a menores* (cidadãos com menos de 18 anos) presentes na amostra é de registar que 33 (11,0%) são acompanhadas de *elementos sensacionalistas*, e 17 (5,7%) têm a presença de *fait-divers*.

As peças com *presença/referência a menores* que incluem *elementos sensacionalistas* são mais evidentes na SIC (14) e na TVI (dez). Na RTP1 trata-se de oito peças e na RTP2 uma.

No que respeita aos *fait-divers*, os dados mostram que o maior número de peças pertence à TVI (oito), seguida da SIC (seis) e da RTP1 (três). Na RTP2 não se registam tais elementos neste conjunto de peças.

#### G) RESPEITO PELA PRESUNÇÃO DE INOCÊNCIA

Outra exigência do rigor informativo relaciona-se com o respeito pela presunção de inocência.

Considera-se que o discurso jornalístico deve evitar a formulação de acusação sem provas, e a referência aos envolvidos em processos judiciais como culpados.

#### **AS PEÇAS QUE INDICIAM O DESRESPEITO PELA PRESUNÇÃO DA INOCÊNCIA SÃO EM NÚMERO RESIDUAL**

Os dados revelam que as peças com elementos que *desrespeitam a presunção da inocência* totalizam 17 registos, sendo oito peças do “Jornal das 8”, seis do “Jornal da Noite” e três do “Telejornal”. No caso da RTP2, não há registo de peças suscetíveis de *desrespeitar a presunção pela inocência*.

Observa-se que tais peças tendem a abordar assuntos relacionados com *crimes, atividades policiais, casos de justiça e violência doméstica*.

#### H) ELEMENTOS VIOLENTOS E ADVERTÊNCIA PRÉVIA

A identificação de elementos violentos considera as situações que poderão suscetibilizar públicos particularmente vulneráveis, contrabalançando esses elementos com o interesse público da informação.

Esta ponderação decorre do facto de se considerar que a exibição de violência pode revestir-se de importância jornalística, ou exercer uma função normativa de reprovação dos comportamentos envolvidos.

#### **A MAIOR PARTE DAS PEÇAS COM ELEMENTOS VIOLENTOS NÃO SÃO ACOMPANHADAS POR ADVERTÊNCIA PRÉVIA**

No conjunto dos quatro serviços de programas analisados, identificam-se 16 peças (o que representa 0,5 % do total de peças) com *elementos violentos*. O “Jornal das 8” regista sete peças, e os restantes serviços de programas, três peças cada.

Os conteúdos com estes elementos estão presentes em temas relacionados com *acidentes e catástrofes, casos de justiça* e acerca de *refugiados*, acrescendo-se os conflitos na Síria.

A *advertência prévia* é um instrumento essencial que permite alertar para o facto de uma peça poder conter imagens ou descrições chocantes. Das 16 peças que integram *elementos violentos*, apenas cinco casos possuem *advertência prévia*. Tal permite afirmar que é superior o número de peças com *elementos violentos* em que não é feita a recomendável *advertência prévia*.

O serviço informativo da TVI é aquele que utiliza mais a *advertência prévia*, porém, é também aquele que possui mais peças com elementos suscetíveis de serem considerados violentos.

#### **CERCA DE METADE DAS PEÇAS COM ELEMENTOS VIOLENTOS TÊM PRESENÇA DE MENORES**

Salienta-se que, no conjunto dos quatro operadores, em nove das peças com *elementos violentos* existe também *presença de menores*.

Deste conjunto de peças, três são transmitidas pela TVI, sendo que nos restantes operadores se observam duas peças cada.

Não se identificam na amostra de 2016 peças com *elementos pornográficos*.

#### **I) PROTEÇÃO DA IDENTIDADE DAS VÍTIMAS**

O total dos registos com identificação de vítimas representa 1,5 % (43 peças). O “Telejornal” regista oito peças, o “Jornal 2” três, o “Jornal da Noite” 11, e o “Jornal das 8” 21 peças.

A verificação da identificação de vítimas é outro dos critérios de avaliação do rigor informativo.

Consideram-se vítimas todas as pessoas que tenham sido alvo de crimes contra a liberdade e autodeterminação sexual, apresentadas em situações de exploração da vulnerabilidade psicológica, emocional ou física, menores de 16 anos, bem como menores que tiverem sido objeto de medidas tutelares sancionatórias.

#### **NA MAIOR PARTE DAS PEÇAS COM VÍTIMAS NÃO É UTILIZADA QUALQUER TÉCNICA DE OCULTAÇÃO DA IDENTIDADE**

A divulgação da identidade das vítimas, bem como a sua localização/residência, requer particular atenção.

Tendo em conta as 43 peças com vítimas, verifica-se que em 30 não é utilizada qualquer *técnica de ocultação* da sua identidade, seja ao nível da imagem ou do som. Nas restantes peças as técnicas mais utilizadas são: *marcas de água* (seis peças), *planos de detalhe* (três peças), *distorção de voz* (duas) e *penumbra* ou *várias técnicas* em conjunto (uma peça cada).

Considera-se que o operador não deve atentar à imagem da vítima num sentido restrito. As formas pelas quais as vítimas são identificáveis podem ser várias, tal como se observa nos dados apurados.

A *exposição da própria vítima* regista um total de 19 peças, encontrando-se oito destas na *TVI*, cinco na *SIC*, quatro na *RTP1* e duas na *RTP2*.

A *exposição de locais diretamente relacionados com a sua identificação* regista uma peça apenas, na *RTP1*.

A *exposição de pessoas diretamente associáveis à vítima* totaliza nove peças, seis das quais no “Jornal das 8”.

A presença simultânea de mais de uma destas formas de exposição regista 14 peças, sendo sete no “Jornal das 8” e quatro no “Jornal da Noite”.

#### **JUSTIÇA E ATENTADOS ENTRE OS TEMAS PREDOMINANTES NO RECURSO A TÉCNICAS DE OCULTAÇÃO DA IDENTIDADE**

Quando são utilizadas técnicas de ocultação, os serviços de programas utilizam-nas em temas como *casos de justiça, atentados, reportagens de investigação*, preocupando-se em proteger a identidade de fontes de informação, como *testemunhas*.

Atendendo aos sujeitos a quem são aplicadas as *técnicas de ocultação* visando proteger a sua identidade, verifica-se que, na maior parte dos casos, são aplicadas apenas a *adultos* [31], seguindo-se *menores* [12].

O “Jornal 2” regista apenas duas peças com ocultação da identidade de *menores* e uma em que a pessoa protegida foi um *adulto*.

Identificam-se, ainda, cinco peças em que, apesar de utilizadas *técnicas de ocultação de identidade*, estas não são *eficazes* no seu objetivo de proteção.

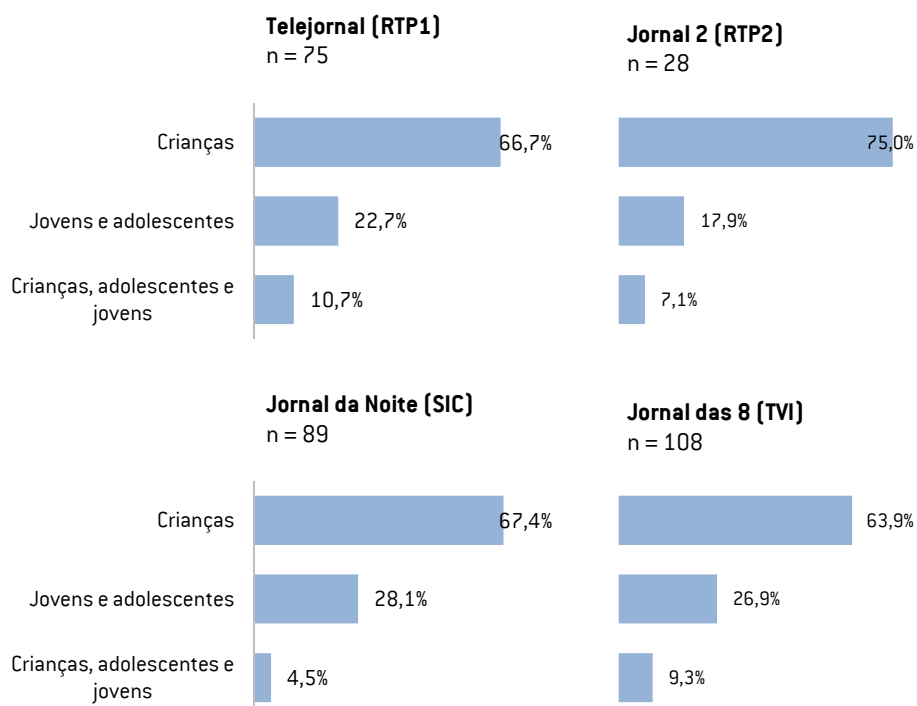
### 3. PROTEÇÃO DE MENORES

Este ponto do Relatório é dedicado à análise dos conteúdos com presença ou referência a menores considerando os deveres legais e deontológicos a que estão obrigados nesta matéria os serviços de programas de acesso não condicionado livre.

#### A) CARACTERIZAÇÃO DOS CONTEÚDOS COM MENORES

A análise seguinte pretende caracterizar genericamente os conteúdos noticiosos com presença ou referência a menores, de forma a melhor compreender a sua mediatização.

**Fig. 19 Peças com presença ou referência a menores, por serviço de programas (2016)**

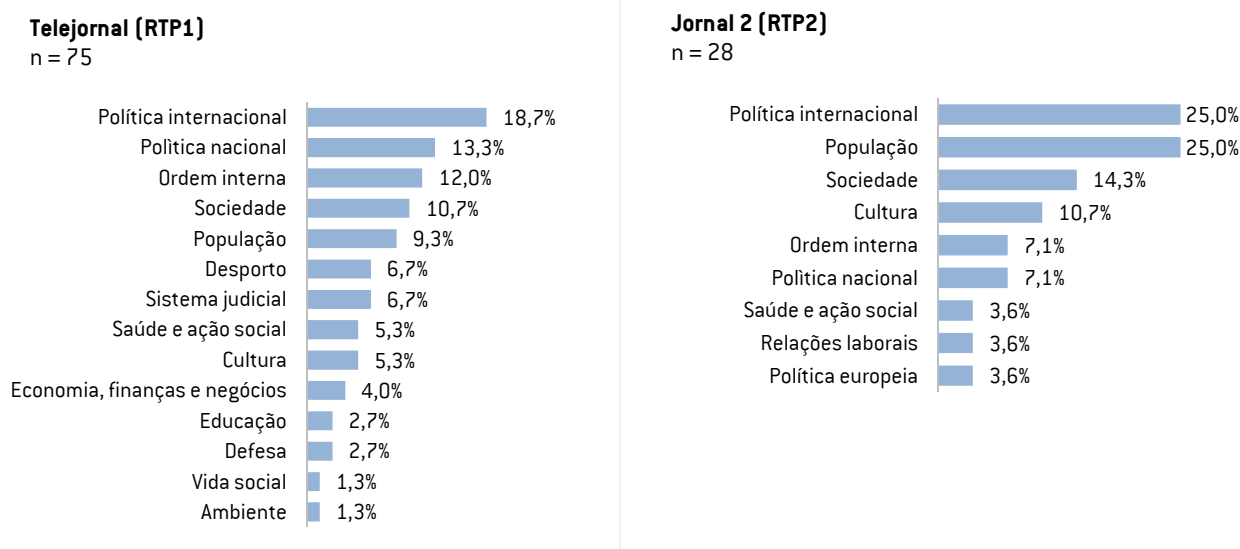


**AS CRIANÇAS TÊM MAIOR REPRESENTAÇÃO NAS NOTÍCIAS**

Identificam-se 300 peças com *presença ou referência a menores*, representando 10,5 % do total da amostra analisada em 2016.

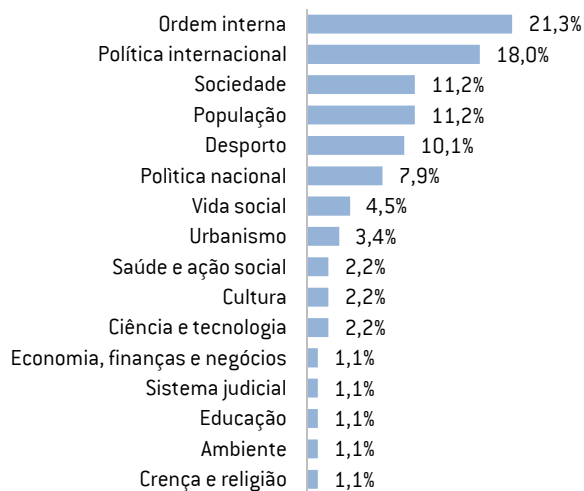
Nas peças com *presença ou referência a menores*, as *crianças*, ou seja, os indivíduos com idades inferiores a 13 anos, são o grupo mais representado nos quatro noticiários, seguido pelos *jovens e adolescentes* (com idades entre os 13 e 17 anos).

**Fig. 20 Temas dominantes das peças com presença ou referência a menores, por serviço de programas (2016)**



### Jornal da Noite (SIC)

n = 89



### Jornal das 8 (TVI)

n = 108



#### **A POLÍTICA INTERNACIONAL PREVALECE NA RTP1 E RTP2, A ORDEM INTERNA DOMINA NA SIC E TVI**

Considerando os temas mais presentes nas peças com presença ou referência a menores, existem diferenças entre os noticiários. Os operadores de serviço público tendem a abordar assuntos relacionados com política internacional, especificamente, com atentados e terrorismo e conflitos armados.

Por seu lado, nos operadores privados, a ordem interna é o tema mais frequente, sobretudo, os subtemas restantes crimes e formas de violência e violência doméstica (este último com maior destaque na TVI).

#### **COMUNIDADE INTERNACIONAL, ORDEM INTERNA E SOCIEDADE ENTRE AS FONTES MAIS UTILIZADAS**

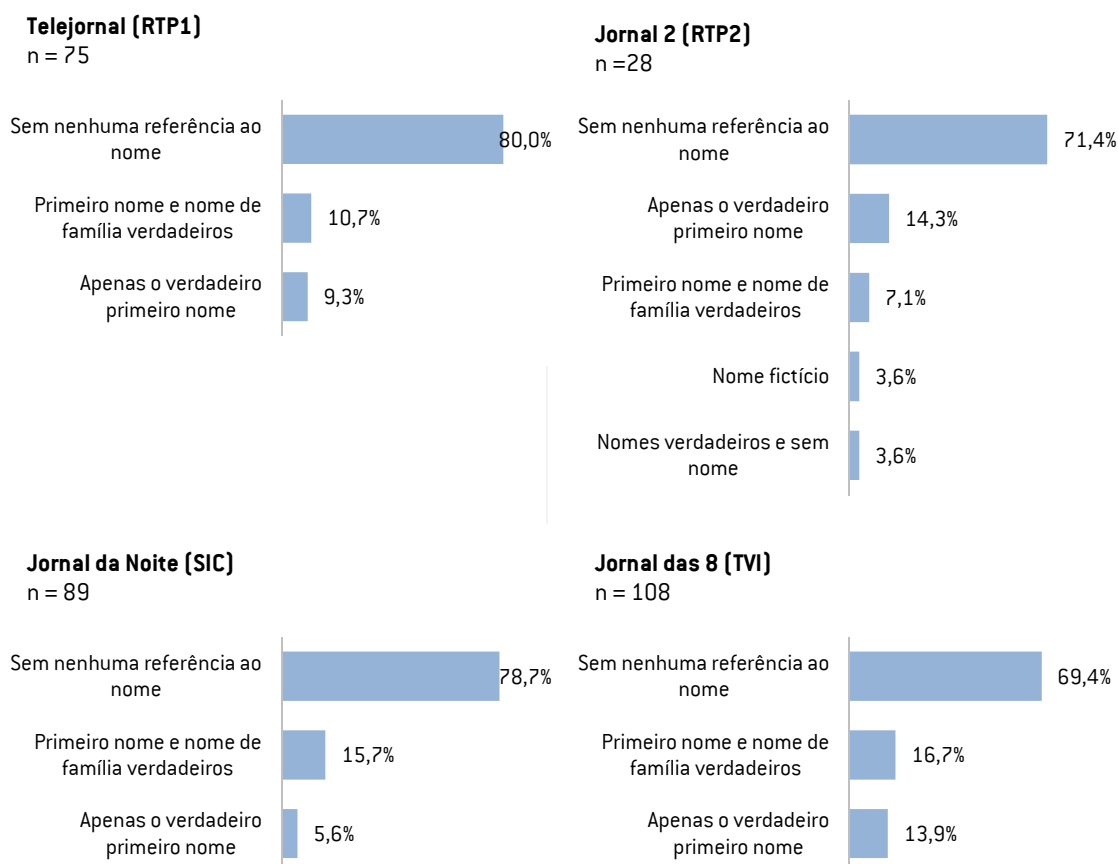
No que diz respeito às fontes de informação, a RTP1 e a RTP2 destacam a área da comunidade internacional, seguida da sociedade e da saúde e ação social. Já a SIC apresenta fontes maioritariamente das áreas da ordem interna e da sociedade; e a TVI, salienta fontes da sociedade, da política nacional e do desporto.

#### **NA MAIOR PARTE DAS PEÇAS COM MENORES, OS ATORES E AS FONTES DE INFORMAÇÃO SÃO COINCIDENTES**

Relativamente aos atores mais presentes nestas peças, verifica-se praticamente a mesma distribuição observada nas fontes de informação. Diferem os noticiários da RTP1 e da TVI que destacam os atores da área da ordem interna, além das já referidas.

Estes dados mostram que, na maior parte dos casos, as fontes de informação e os protagonistas são coincidentes. Esta tendência não se verifica em apenas três situações: quando os atores principais são suspeitos de crimes e atos ilícitos, vítimas e refugiados. Nestes casos, por regra, as fontes de informação são provenientes de outras áreas, tais como autoridades judiciais e policiais, família e organizações de apoio (por exemplo, a ONU e a Santa Casa da Misericórdia).

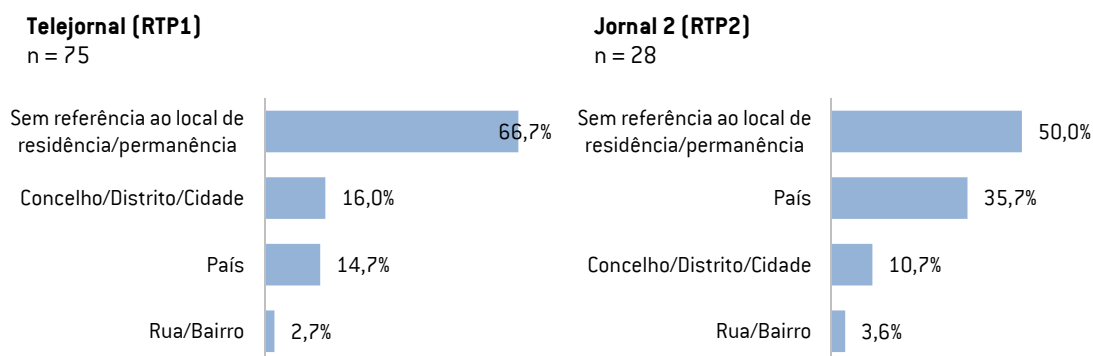
**Fig. 21 Modo de identificação dos menores presentes nas peças, por serviço de programas (2016)**



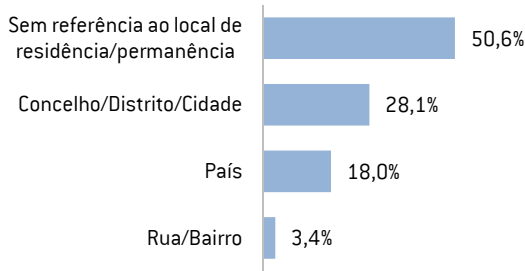
**A GRANDE MAIORIA DAS PEÇAS COM MENORES NÃO IDENTIFICA O NOME E O LOCAL DE RESIDÊNCIA**

Relativamente ao modo de identificação dos *menores* nas peças, observa-se que os noticiários não fazem, maioritariamente, nenhuma referência ao nome, sendo esta tendência mais frequente nos conteúdos sobre *atentados e terrorismo* e *movimentos migratórios e refugiados*. Quando é referido algum elemento que possa identificar o nome do *menor*, o subtema *restantes crimes e formas de violência* destaca-se.

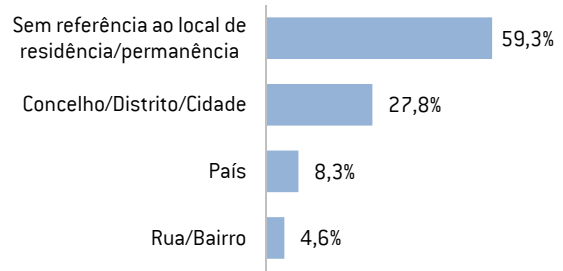
**Fig. 22 Identificação do local de residência ou permanência dos menores presentes nas peças, por serviço de programas (2016)**



**Jornal da Noite (SIC)**  
n = 89



**Jornal da Noite (TVI)**  
n = 108



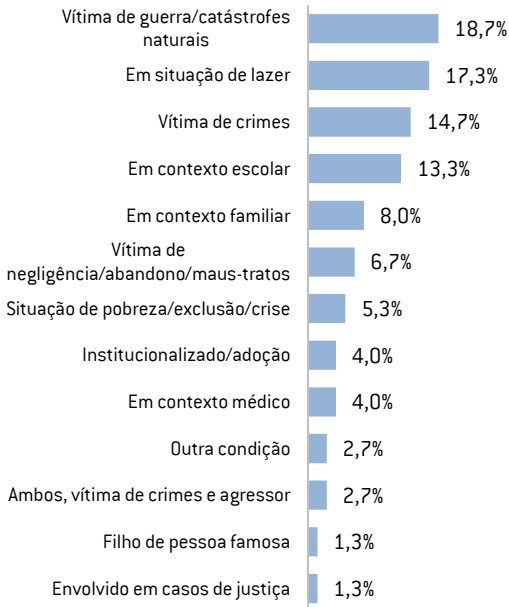
**POR REGRA, OS OPERADORES NÃO IDENTIFICAM O LOCAL DE RESIDÊNCIA OU PERMANÊNCIA DOS MENORES**

Da mesma forma, também a grande maioria das peças não identifica o *local de residência ou permanência dos menores*, e os temas *atentados e terrorismo* e *movimentos migratórios e refugiados* são os que mais apresentam esta característica.

Quando é referida alguma informação sobre o *local de residência ou permanência*, a categoria *concelho/distrito* é a mais destacada, exceto no “Jornal 2”, onde a menção ao *país* é a mais frequente. As indicações do *concelho/distrito* aparecem nas peças sobre *restantes crimes e formas de violência* e, apesar do número reduzido de peças, esta prática é mais comum nos operadores privados.

**Fig. 23 Condição em que os menores surgem nas peças, por serviço de programas (2016)**

**Telejornal (RTP1)**  
n = 75



**Jornal 2 (RTP2)**  
n = 28



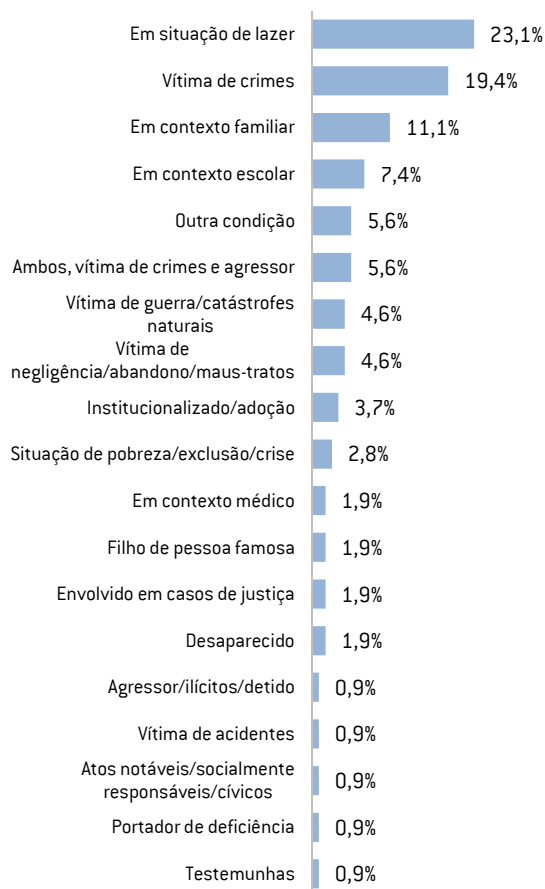
### Jornal da Noite (SIC)

n = 89



### Jornal das 8 (TVI)

n = 108



#### **OS MENORES SURGEM MAIORITARIAMENTE COMO VÍTIMAS DE GUERRA/CATÁSTROFES, DE CRIMES E EM SITUAÇÕES DE LAZER**

Tendo em conta a condição em que os *menores* são representados nas peças, o “Telejornal” e o “Jornal 2” tendem a apresentá-los na condição de *vítimas de guerra/catástrofes naturais*, sendo esta tendência mais evidente no noticiário da RTP2.

Por seu lado, no “Jornal da Noite” e no “Jornal das 8” os *menores* surgem principalmente na condição de *vítimas de crimes* e em *situações de lazer*.

#### **NO PLANO NACIONAL, OS MENORES SURGEM MAIS VEZES EM SITUAÇÕES DE LAZER E EM CONTEXTO ESCOLAR**

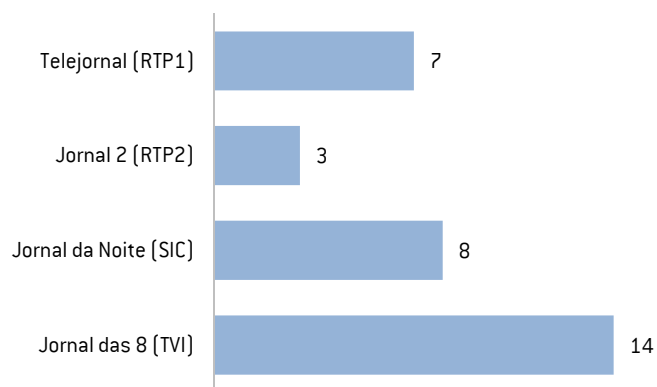
Quando o *enfoque geográfico* das peças é *nacional*, os *menores* surgem mais frequentemente em *situações de lazer* e em *contexto escolar* nos quatro noticiários. Além destas representações, o “Jornal das 8” também destaca os *menores* na condição de *vítimas de crimes*. Tendo em conta o *enfoque geográfico internacional*, os *menores* surgem maioritariamente representados enquanto *vítimas de guerra/catástrofes naturais*.



## B) ELEMENTOS DE PROTEÇÃO DE MENORES

Este plano de análise visa verificar se os menores presentes nas peças são representados em conformidade com as exigências de ética e rigor, nomeadamente a proteção da sua identidade sempre que a situação o exija, assim como a sua proteção face a situações de vulnerabilidade física e psicológica.

**Fig. 24 Peças com presença ou referência a menores que identificam vítimas, por serviço de programas (2016)**

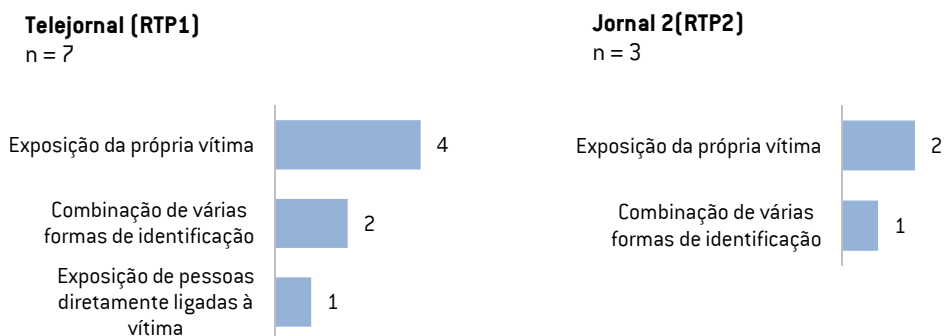


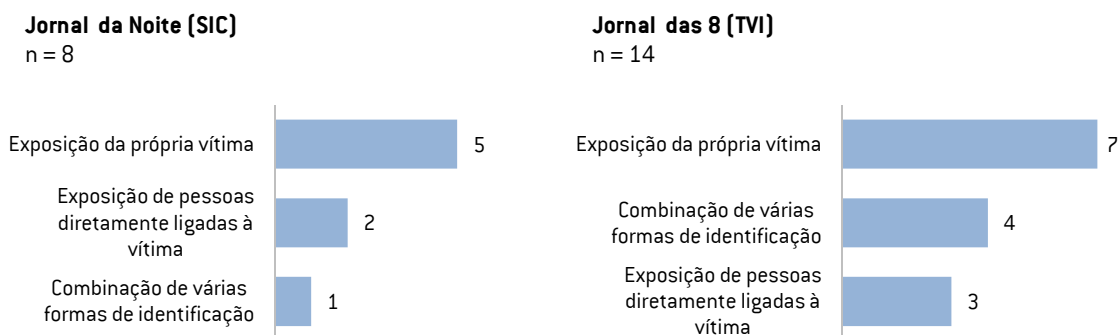
### **A MAIOR PARTE DAS PEÇAS COM MENORES QUE IDENTIFICAM VÍTIMAS SÃO SOBRE CRIMES E FORMAS DE VIOLÊNCIA**

Do conjunto de peças com *menores*, 10,7% *identificam vítimas*. Estes casos são mais evidentes no “Jornal das 8” (14 peças), seguindo o “Jornal da Noite” (oito) e o “Telejornal” (sete). Na RTP2 esta situação só ocorre em três peças.

Estes conteúdos referem-se, na grande maioria, a *restantes crimes e formas de violência*. No caso concreto, o *menor* mencionado na peça corresponde à *vítima identificada*, tratando-se de Rúben Cavaco, o jovem de 15 anos alegadamente agredido pelos filhos do Embaixador Iraquiano em Portugal, em Ponte de Sôr.

**Fig. 25 Modo de identificação das vítimas nas peças com presença ou referência a menores, por serviço de programas (2016)**





### **RÚBEN CAVACO E AYLAN KURDI SÃO OS MENORES MAIS EXPOSTOS NAS PEÇAS**

Os dados mostram ainda que a modalidade de identificação mais presente nestas peças é a *exposição da própria vítima*, opção adotada mais frequentemente pelos operadores privados e pela RTP1.

Observa-se que, para além da exposição de Rúben Cavaco, uma parte menor destas peças mostra o corpo de Aylan Kurdi, a criança síria encontrada morta numa praia da Turquia em setembro de 2015. Passado um ano do acontecimento, os operadores voltam a mostrar as fotografias.

### **REFUGIADOS, VÍTIMAS DE GUERRA E ATENTADOS COMPÕEM AS PEÇAS COM MENORES E ELEMENTOS VIOLENTOS**

São em número menor as peças com *menores* que apresentam *elementos violentos* (nove), revelando uma representação relativamente semelhante entre os quatro operadores.

Os conteúdos referem-se a *cooperação e ajuda humanitária*, a *movimentos migratórios de refugiados*, e *atentados e terrorismo*.

No primeiro caso, as imagens consideradas violentas são as de uma criança de cinco anos, Omran, resgatada dos escombros de um edifício bombardeado em Aleppo, na Síria.

As peças sob a *temática movimentos migratórios de refugiados* consideradas violentas são as que mostram Aylan Kurdi.

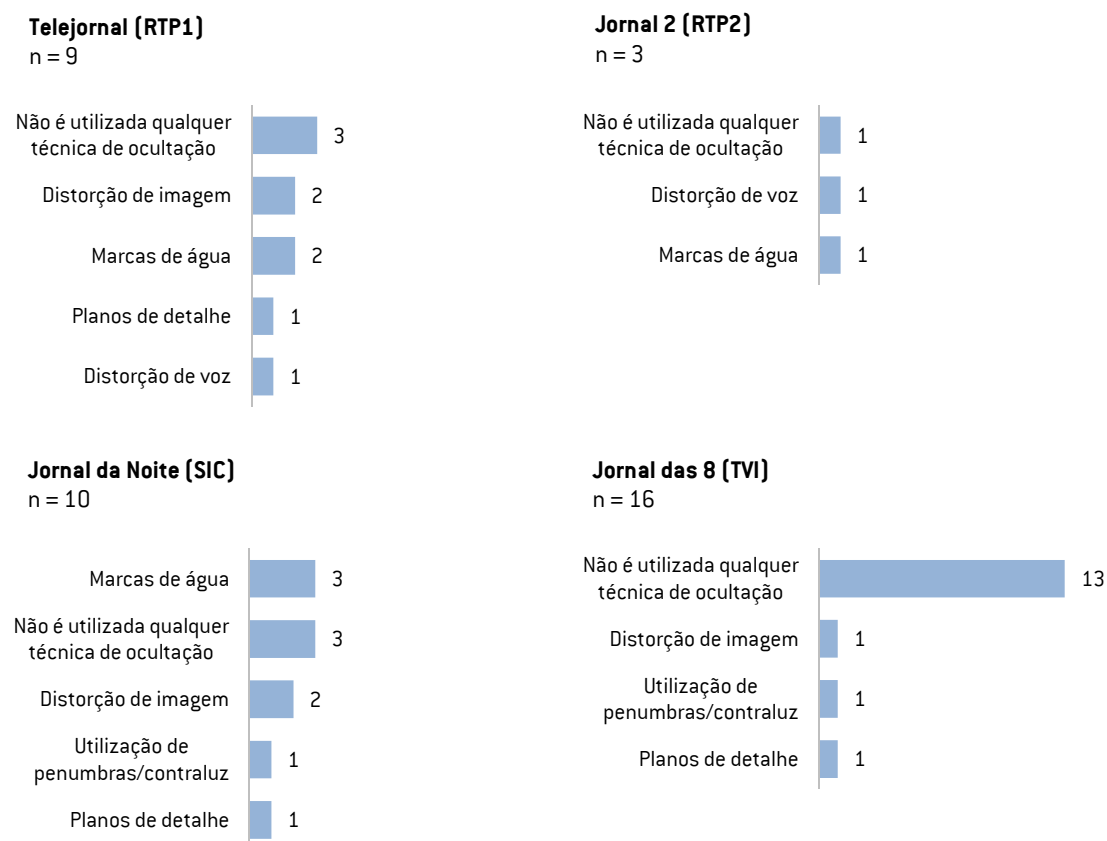
Já as duas peças sobre *atentados e terrorismo* referem-se ao ataque em Nice, França, em julho de 2016, quando um camião abalroou várias pessoas no Passeio dos Ingleses. As imagens mostradas são de videoamador e mostram corpos ensanguentados estendidos no chão e tapados com toalhas, muitas pessoas, incluindo crianças, a correr em pânico na sequência da passagem do camião, e as autoridades policiais a disparar sobre a cabine do condutor do veículo.

### **A MAIOR PARTE DAS PEÇAS COM ELEMENTOS VIOLENTOS E PRESENÇA DE MENORES NÃO RECORRE A ADVERTÊNCIA PRÉVIA**

Deste conjunto das peças, apenas uma recorre ao mecanismo de *advertência prévia* para alertar os telespetadores para os conteúdos que irão ser transmitidos. É uma peça do “Jornal das 8” sobre Omran, a criança salva dos escombros após um bombardeamento.

Os restantes conteúdos, passíveis de influenciar negativamente a livre personalidade de menores, não utilizam tal recurso.

**Fig. 26 Peças com presença ou referência a menores em que é exigível o recurso a técnicas de ocultação da identidade, por serviço de programas (2016)**



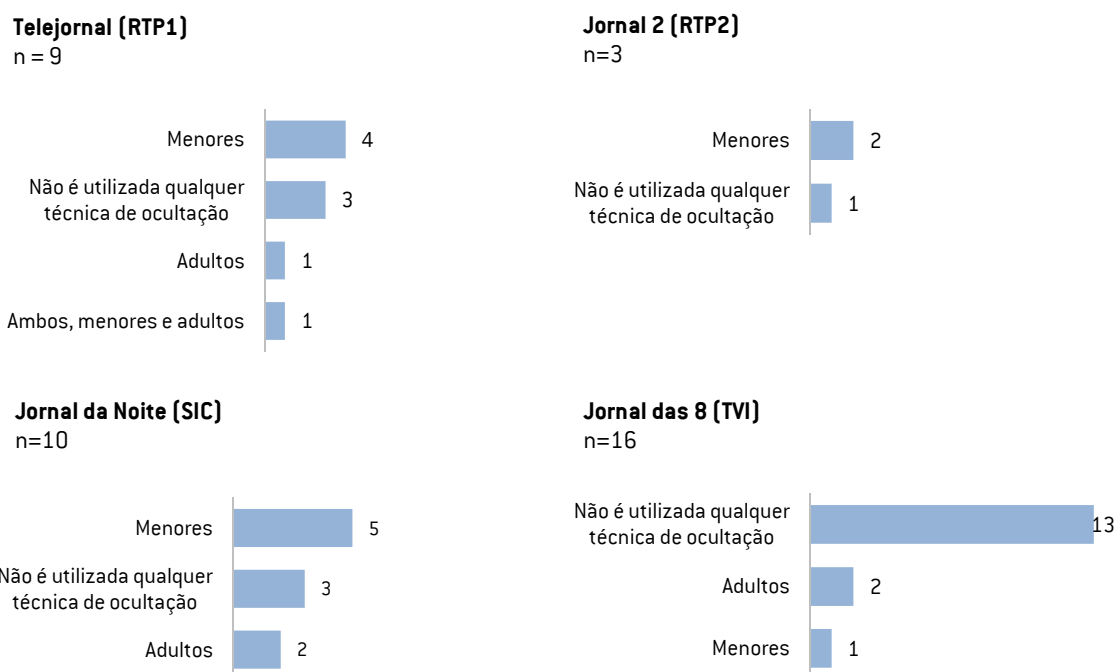
**A TVI É O OPERADOR QUE MENOS APLICA TÉCNICAS DE OCULTAÇÃO EM SITUAÇÕES CONSIDERADAS EXIGÍVEIS**

Observa-se ainda que, do conjunto de peças com menores, há 38 onde se verifica a necessidade de recorrer a técnicas de ocultação da identidade. São maioritariamente peças transmitidas pela TVI e pela SIC.

Contudo, estes dois operadores revelam um comportamento distinto. Enquanto na SIC, a maioria dos conteúdos que exige o recurso a estas técnicas, cumpre tal requisito, sobretudo através de marcas de água e de distorção de imagem; na TVI a maioria das peças não recorre a técnicas de ocultação da identidade quando esse mecanismo seria exigível.

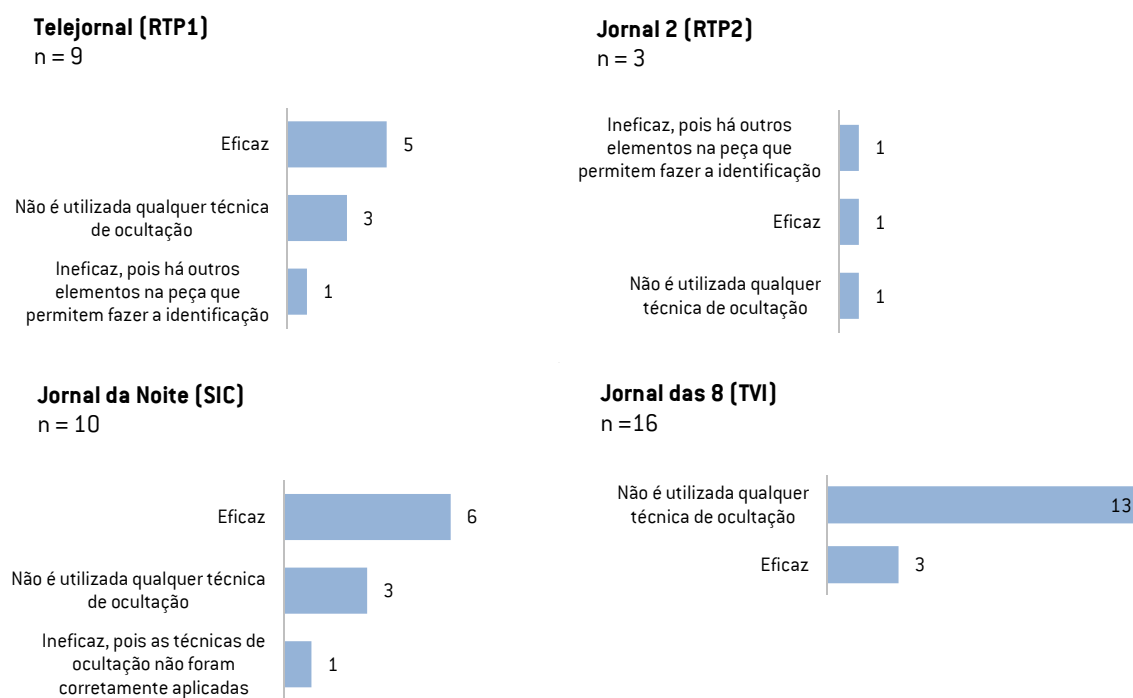
Resulta que as peças do “Jornal das 8” com estas características identificam vítimas. Predominam as imagens do jovem agredido em Ponte de Sôr, Rúben Cavaco, seguidas das de Rodrigo Lapa, um jovem assassinado em Portimão e, em menor número, as imagens de Omran.

**Fig. 27 Protagonistas protegidos por técnicas de ocultação da identidade em peças com presença ou referência a menores, por serviço de programas (2016)**



Por outro lado, quando os operadores aplicam algum tipo de *técnicas de ocultação*, são os *menores* os protagonistas cuja identidade é protegida mais vezes, destacando-se o “Jornal da Noite” e o “Telejornal”.

**Fig. 28 Eficácia das técnicas de ocultação da identidade em peças com presença ou referência a menores, por serviço de programas (2016)**



#### **QUANDO OS OPERADORES RECORREM A TÉCNICAS DE OCULTAÇÃO A SUA APLICAÇÃO É GERALMENTE EFICAZ**

Observa-se ainda que, quando se utilizam *técnicas de ocultação*, estas são, na maior parte dos casos, eficazes, dado mais relevante na SIC e na RTP1.

O “Telejornal”, o “Jornal 2” e o “Jornal da Noite” registam uma peça cada com recurso a *técnicas de ocultação da identidade* que se revelam *ineficazes*.

Na SIC verifica-se a *exposição de pessoas diretamente ligadas à vítima*. No caso concreto são imagens da mãe e da casa onde residia Rodrigo Lapa, o jovem assassinado. Este operador recorre à pixelização da imagem, porém apenas a identidade dos agentes policiais que acompanham a mãe da vítima é resguardada.

As peças da RTP1 e da RTP2 cujas *técnicas de ocultação* resultam *ineficazes* mostram as imagens da criança síria, Aylan Kurdi, morta numa praia. Apesar do seu rosto ser ocultado através de *marcas de água*, o nome é mencionado explicitamente. Para além disso, o seu pai é mostrado na peça a prestar declarações.

## **IV. ENQUADRAMENTO LEGAL**

### **COMPETÊNCIAS DO CONSELHO REGULADOR DA ERC**

**1.** A monitorização da informação televisiva diária dá resposta às competências do Conselho Regulador, previstas no n.º 3 do artigo 24.º dos **Estatutos da ERC**<sup>13</sup>:

- a)** «Organizar e manter bases de dados que permitam avaliar o cumprimento da lei pelas entidades e serviços sujeitos à sua supervisão», tal como referido na alínea h);
- b)** «Proceder à identificação dos poderes de influência sobre a opinião pública, na perspetiva da defesa do pluralismo e da diversidade, podendo adotar as medidas necessárias à sua salvaguarda», como disposto na alínea q).

**2.** Este procedimento corresponde ainda aos objetivos da regulação previstos no artigo 7.º dos referidos Estatutos, designadamente aqueles dispostos:

- a)** na alínea a), «Promover e assegurar o pluralismo cultural e a diversidade de expressão das várias correntes de pensamento, através das entidades que prosseguem atividades de comunicação social sujeitas à sua regulação»;
- b)** na alínea c), «Assegurar a proteção dos públicos mais sensíveis, tais como menores, relativamente a conteúdos e serviços suscetíveis de prejudicar o respetivo desenvolvimento, oferecidos ao público através das entidades que prosseguem atividades de comunicação social sujeitos à sua regulação»;
- c)** na alínea d), «Assegurar que a informação fornecida pelos prestadores de serviços de natureza editorial se pauta por critérios de exigência e rigor jornalísticos, efetivando a responsabilidade editorial perante o público em geral dos que se encontram sujeitos à sua jurisdição, caso se mostrem violados os princípios e regras legais aplicáveis».

**3.** Encontra-se ainda cometido à ERC, através da alínea f) do artigo 8.º dos seus Estatutos, «assegurar o exercício dos direitos de antena, de resposta e de réplica política».

### **PLURALISMO E DIVERSIDADE NA INFORMAÇÃO DIÁRIA**

**4.** No que se refere ao pluralismo e diversidade na informação diária, serão verificados os seguintes dispostos legais consagrados na **Lei da Televisão**<sup>14</sup>:

- a)** o artigo 34.º, n.º 2, alínea b), que estabelece a obrigação de o operador «assegurar a difusão de uma informação que respeite o pluralismo, o rigor e a isenção»;

<sup>13</sup> Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

<sup>14</sup> Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril e pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho.

b) a alínea c) do n.º 1 do artigo 9.º que define como fins da atividade de televisão a promoção da cidadania e a participação democrática e respeito pelo pluralismo político, social e cultural.

5. Serão ainda tidos em consideração os deveres dos jornalistas, definidos no **Estatuto do Jornalista**<sup>15</sup>, nomeadamente:

a) «procurar a diversificação das suas fontes de informação e ouvir as partes com interesses atendíveis nos casos de que se ocupem», disposto na alínea e), n.º 1 do artigo 14.º;

b) «não tratar discriminatoriamente as pessoas, designadamente em razão da ascendência, sexo, raça, língua, território de origem, religião, convicções políticas ou ideológicas, instrução, situação económica, condição social ou orientação sexual», previsto na alínea e), n.º 2 do mesmo artigo.

#### RIGOR E ISENÇÃO NA INFORMAÇÃO DIÁRIA

6. No que diz respeito ao rigor informativo, serão verificados os dispostos no artigo 9.º da **Lei da Televisão**:

a) a atividade televisiva tem como objetivo promover o «exercício do direito de informar, de se informar e de ser informado, com rigor e independência, sem impedimentos nem discriminações», alínea b) do n.º 1;

b) os operadores de televisão devem «assegurar a difusão de uma informação que respeite o pluralismo, o rigor e a isenção», alínea b) do n.º 2.

7. É também essencial ponderar as obrigações referidas no **Estatuto do Jornalista**, sobretudo as que contemplam os «deveres fundamentais dos jornalistas», previstos nas seguintes alíneas do n.º 1 do artigo 14.º:

a) alínea a) «informar com rigor e isenção, rejeitando o sensacionalismo e demarcando claramente os factos da opinião»;

b) b) alínea d) «respeitar a orientação e os objetivos definidos no estatuto editorial do órgão de comunicação social para que trabalhem»;

c) alínea e) «procurar a diversificação das suas fontes de informação e ouvir as partes com interesses atendíveis nos casos de que se ocupem»;

d) alínea f) «identificar, como regra, as suas fontes de informação e atribuir as opiniões recolhidas aos respetivos autores».

8. Será ainda tido em consideração o princípio vertido no **Código Deontológico do Jornalista**<sup>16</sup> referente ao exercício do contraditório: «o jornalista deve relatar os factos com rigor e exatidão e interpretá-los com honestidade. Os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesses atendíveis no caso».

9. Ainda no que respeita ao Código Deontológico da profissão, a ERC terá em conta os dispostos nos números 2 e 7: «o jornalista deve combater a censura e o sensacionalismo e considerar a acusação sem provas e o plágio como graves faltas profissionais»; «o jornalista deve salvaguardar a presunção de inocência dos arguidos até a sentença transitar em julgado».

10. À semelhança destes princípios, o **Estatuto do Jornalista** prevê, na alínea c) do n.º 2 do artigo 14.º, que o jornalista deve «abster-se de formular acusações sem provas e respeitar a presunção de inocência».

11. Num outro plano, o n.º 3 do artigo 27.º da **Lei da Televisão** estipula que não é permitida a emissão de programas suscetíveis de prejudicar manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e adolescentes, designadamente os que contenham pornografia, no serviço de programas de acesso não condicionado ou violência gratuita. Já o n.º 8 do mesmo artigo dispõe que este tipo de conteúdos pode ser transmitido em quaisquer serviços noticiosos quando, revestindo importância jornalística, sejam apresentados com

<sup>15</sup> Lei n.º 1/99, de 13 de janeiro, que aprova o Estatuto do Jornalista, alterada pela Lei n.º 64/2007, de 6 de novembro.

<sup>16</sup> Aprovado em 4 de Maio de 1993, em Assembleia Geral do Sindicato dos Jornalistas.

respeito pelas normas éticas da profissão e antecedidos de uma advertência sobre a sua natureza.

**12.** Finalmente, o Regulador terá em consideração as determinações constantes das alíneas d) e h) do n.º 2 do artigo 14.º do **Estatuto do Jornalista**: o jornalista deve «abster-se de recolher declarações ou imagens que atinjam a dignidade das pessoas através da exploração da sua vulnerabilidade psicológica, emocional ou física»; e deve «preservar, salvo razões de incontestável interesse público, a reserva da intimidade, bem como respeitar a privacidade de acordo com a natureza do caso e a condição das pessoas.»

#### OPERADORES DE SERVIÇO PÚBLICO

**13.** No caso dos operadores de **serviço público**, também serão contemplados os elementos contidos no seu contrato de concessão, respeitantes tanto à diversidade como ao rigor:

- a)** «A possibilidade de expressão e debate das diversas correntes de opinião, designadamente de natureza política, religiosa e cultural», previsto na alínea f) da cláusula 4.ª;
- b)** «Uma informação precisa, completa, contextualizada e aprofundada, imparcial, aberta ao contraditório e independente perante poderes públicos, económicos e interesses privados», disposto na alínea g) da cláusula 4.ª;
- c)** «Produzir uma informação independente, rigorosa, pluralista e aprofundada que constitua uma referência de credibilidade e confiança para os diferentes públicos», estipulado na alínea e) da cláusula 5.ª;
- d)** «Proporcionar uma informação isenta, rigorosa, contextualizada, plural e aberta ao contraditório, que garanta a cobertura noticiosa dos principais acontecimentos nacionais e internacionais», previsto na alínea c) da cláusula 6.ª;
- e)** «Garantir que os espaços de informação dos serviços de programas contribuem para a sensibilização dos públicos para as questões de integração, igualdade de género, coesão social e interesses das minorias», estipulado na alínea f) da cláusula 6.ª.<sup>17</sup>

#### OPERADORES PRIVADOS

**14.** No que se refere aos **operadores privados**, para além das obrigações genéricas, serão ainda consideradas aquelas que decorrem dos projetos apresentados pela *SIC* e *TVI* no âmbito do procedimento de atribuição e renovação das licenças de emissão. A *TVI* compromete-se com uma «informação atraente, dinâmica, espetacular, próxima do povo, baseada em serviços noticiosos regulares e diários, caracterizada pelo rigor, isenção, objetividade e independência»<sup>18</sup> e a *SIC* com a «emissão de informação não apenas política»<sup>19</sup>.

#### PROTEÇÃO DE MENORES

**15.** Em matérias respeitantes à proteção de menores, são observados os dispostos no artigo 27.º da **Lei da Televisão**:

- a)** «Não é permitida a emissão de programas suscetíveis de prejudicar manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e adolescentes, designadamente os que contenham pornografia no serviço de programas de acesso não condicionado ou violência gratuita», previsto no n.º 3;
- b)** «Quaisquer outros programas suscetíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade das crianças ou de adolescentes devem ser acompanhados da difusão permanente de um identificativo visual apropriado e só podem ser transmitidos entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas», tal como disposto no n.º 4;
- c)** «Os elementos de programação com as características a que se referem os n.ºs 3 e 4 podem ser transmitidos em quaisquer serviços noticiosos quando, revestindo importância

<sup>17</sup> Vide Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, disponível em: <[http://www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/contrato\\_concessao\\_pdf.php](http://www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/contrato_concessao_pdf.php)>.

<sup>18</sup> Deliberação 2/LIC-TV/2012, página 11, “Obrigações que resultam das licenças e obrigações supervenientes”.

<sup>19</sup> Deliberação 1/LIC-TV/2012, página 11, “Obrigações que resultam das licenças e obrigações supervenientes”.

jornalística, sejam apresentados com respeito pelas normas éticas da profissão e antecedentes de uma advertência sobre a sua natureza», estipulado no n.º 8;

d) «A Entidade Reguladora para a Comunicação Social define e torna públicos os critérios seguidos para a avaliação do incumprimento do disposto nos n.ºs 3 e 4, os quais devem ser objetivos, adequados, necessários e proporcionais às finalidades prosseguidas», definido no n.º 9.

16. Este plano de análise pretende também dar resposta à exigência constante do **Estatuto do Jornalista**:

a) «Não identificar, direta ou indiretamente, as vítimas de crimes contra a liberdade e autodeterminação sexual, contra a honra ou contra a reserva da vida privada até à audiência de julgamento, e para além dela, se o ofendido for menor de 16 anos, bem como os menores que tiverem sido objeto de medidas tutelares sancionatórias», tal como previsto na alínea g) do n.º 2 do artigo 14.º.

17. À semelhança do preceito anterior, também o **Código Deontológico do Jornalista** dispõe que:

a) «O jornalista não deve identificar, direta ou indiretamente, as vítimas de crimes sexuais e os delinquentes menores de idade, assim como deve proibir-se de humilhar as pessoas ou perturbar a sua dor», observado no seu ponto 7.

18. A **Constituição da República Portuguesa** estabelece que:

a) «A todos são reconhecidos os direitos à identidade pessoal, ao desenvolvimento da personalidade, à capacidade civil, à cidadania, ao bom nome e reputação, à imagem, à palavra, à reserva da intimidade da vida privada e familiar e à proteção legal contra quaisquer formas de discriminação», tal como patente no n.º 1 do artigo 26.º;

b) «A lei estabelecerá garantias efetivas contra a obtenção e utilização abusivas, ou contrárias à dignidade humana, de informações relativas às pessoas e famílias», estipulado no n.º 2 do artigo 26.º.

19. A **Lei de Proteção de Crianças e Jovens em Perigo** prevê ainda que:

a) «Os órgãos de comunicação social, sempre que divulguem situações de crianças em perigo, não podem identificar, nem transmitir elementos, sons ou imagens que permitam a sua identificação, sob pena de os seus agentes incorrerem na prática de crime e desobediência», disposto no n.º 1 do artigo 90.º;

b) «Sem prejuízo do disposto no número anterior, os órgãos de comunicação social podem relatar o conteúdo dos atos públicos do processo judicial de promoção e proteção», plasmado no n.º 2 do artigo 90.º;

c) «Sempre que tal seja solicitado e sem prejuízo do disposto no n.º 1, o presidente de proteção ou juiz do processo informam os órgãos de comunicação social sobre os factos, decisão e circunstâncias necessárias para a sua correta compreensão», tal como observado no n.º 3 do artigo 90.º.

20. Também a **Lei Tutelar Educativa** considera alguns limites à mediatização de menores:

a) «Os menores internados em centro educativo têm o direito a não ser fotografados ou filmados, bem como a não prestar declarações ou a dar entrevistas, contra a sua vontade, a órgãos de informação», previsto no n.º 1 do artigo 176.º;

b) «Antes da manifestação de vontade referida no número anterior, os menores têm o direito a ser inequivocamente informados, por um responsável do centro educativo, do teor, sentido e objetivos do pedido de entrevista que lhes for dirigido», definido no n.º 2 do artigo 176.º;

c) «Independentemente do consentimento dos menores, são proibidas: a) Entrevistas que incidam sobre a factualidade que determinou a intervenção tutelar; b) A divulgação, por qualquer meio, de imagens ou de registos fonográficos que permitam a identificação da sua pessoa e da sua situação de internamento», disposto no n.º 3 do artigo 176.º.

21. Serão também consideradas as linhas orientadoras, previstas na **Deliberação ERC/2016/249 (OUT-TV)** da ERC, a propósito dos «Critérios para avaliação do incumprimento do



disposto nos n.º 3 e 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão e dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual»; assim como aquelas plasmadas na **Deliberação 19/CONT-TV/2011**, relativa às «Linhas de orientação da ERC, nas suas intervenções em matéria de limites à liberdade de programação, no período entre 2006 e 2010».

**22.** Paralelamente, são tidas em conta decisões do Regulador sobre estas matérias, tal como na **Deliberação 15/CONT-TV/2009 que adota a Recomendação 2/2009**.

## V. ESTATUTOS EDITORIAIS E OUTROS MECANISMOS DE INDEPENDÊNCIA EDITORIAL

Em cumprimento do artigo 36.º, n.º 1 da Lei da Televisão<sup>20</sup>, «cada serviço de programas televisivo deve adotar um estatuto editorial que defina clara e detalhadamente, com carácter vinculativo, a sua orientação e objetivos e inclua o compromisso de respeitar os direitos dos espectadores, bem como os princípios deontológicos dos jornalistas e a ética profissional.»

Transcreve-se de seguida os principais excertos dos estatutos editoriais da *RTP*, da *SIC* e da *TVI* referentes à informação, bem como outros documentos definidores do projeto do serviço de programas.

### RTP

#### ESTATUTO EDITORIAL

O estatuto editorial da *RTP* compromete-se com «uma informação de qualidade e referência num universo do audiovisual». Adicionalmente, «a *RTP* compromete-se a cumprir com zelo o exercício jornalístico, ponderando, em permanência, o pluralismo de opiniões.»

O operador de serviço público empenha-se ainda em a «oferecer aos portugueses uma informação de referência, contribuindo sob diversas formas para o esclarecimento, formação e participação cívica e política dos cidadãos, estimulando a criatividade e a formação de uma consciência crítica, assegurando a cobertura noticiosa dos principais acontecimentos nacionais e estrangeiros, e garantindo a expressão e confronto das diversas correntes de opinião.»

O estatuto editorial invoca também a sua «especial responsabilidade social» e o objetivo de «desenvolver informação rigorosa e independente recorrendo a todos os meios legítimos para esclarecimento de factos jornalisticamente relevantes, garantindo em toda e qualquer circunstância a independência de qualquer poder político, económico, religioso ou outros».

A *RTP* afirma pautar-se «por princípios de independência, rigor, isenção e pluralismo, e respeitando as normas deontológicas e éticas próprias dos jornalistas», nomeadamente «em programas e serviços noticiosos que não abdicuem do dever de informar bem e a tempo mas não cedam no compromisso de respeito pela privacidade e pelos direitos das pessoas e instituições.»

Neste documento afirma-se ainda a prossecução da «descentralização da informação, combatendo desta forma a secundarização a que estes espectadores estão tendencialmente votados pela lógica de exploração comercial de outros operadores de televisão». Considera-se «a única estação televisiva portuguesa a investir num programa diário de informação regional» e indica os vários centros de produção regionais, assim como a «[...] rede de correspondentes do Brasil a Timor, de Bruxelas a Angola, Cabo-Verde, São Tomé e Príncipe e Moçambique, passando pelos principais centros de decisão internacionais e pelas maiores comunidades de emigrantes.»

---

<sup>20</sup> Aprovada pela Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, e com a última redação dada pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho.

Sobre o entrosamento da informação dos seus vários serviços de programas, a *RTP* reafirma «o rigor e rapidez, não ignorando ninguém e combatendo todas as formas de exclusão — sexo, idade, religião, étnica e nível de instrução, e todas as formas de discriminação.»

A *RTP* compromete-se a procurar «em toda a sua atividade, afirmar-se como referência informativa, cultural e recreativa dos portugueses e dos falantes de língua portuguesa no mundo, promovendo o esclarecimento e o engrandecimento cívico dos seus públicos.»

#### CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL (FEVEREIRO DE 2017)<sup>21</sup>

Os princípios pertinentes para a informação indicados pela concessionária de serviço público de televisão são os seguintes:

**Confiança:** Na relação com o seu público, concretizada através da independência, rigor, parcialidade e honestidade no tratamento da informação.

**Independência, Isenção e Rigor:** Face ao Governo, à Administração Pública e aos demais poderes públicos e privados, procurando assegurar a liberdade de expressão e o confronto das diversas correntes de opinião.

**Universalidade:** Fundada no propósito de chegar a todos os públicos através de todas as plataformas possíveis.

**Qualidade:** Alicerçada numa ética de antena e na promoção de conteúdos que constituam uma mais-valia nos planos educativo, informativo e cultural.

**Pluralismo e liberdade de expressão:** Assegurando a expressão e o confronto das diversas correntes de opinião, através de uma defesa intransigente.

**Diversidade:** Promovida através de uma programação que corresponda às necessidades e interesses dos diferentes públicos.

**Privacidade:** O compromisso de respeitar a privacidade das pessoas e de apenas revelar factos da vida pessoal quando tal seja de manifesto interesse público e na estrita medida do necessário.

#### SERVIÇOS NOTICIOSOS DO HORÁRIO NOBRE DA *RTP*

A sinopse do bloco noticioso das 20 horas (“Telejornal” da *RTP1*) define-o como uma síntese do «que de mais relevante se passou [n]o país e no mundo», qualifica-o como «a mais rigorosa seleção de notícias» e conclui com o seu lema: «se é importante, está no Telejornal»<sup>22</sup>.

A sinopse do bloco noticioso das 21 horas (“Jornal 2” da *RTP2*) define-o como incluindo «as principais notícias da atualidade nacional e internacional [através dos...] factos, a investigação de cada um dos assuntos, a leitura do país e da sua realidade política e social feita por alguns dos protagonistas do momento e comentada por um alargado grupo de notáveis da sociedade civil»<sup>23</sup>.

#### SIC

##### ESTATUTO EDITORIAL

A *SIC*, que se autodefine no seu estatuto editorial, como «um canal privado de televisão, de âmbito nacional» afirma que o objeto da sua atividade «é a difusão de uma programação de

<sup>21</sup> Cfr. “Ponto 2 A Nossa Missão”, in Código de Ética e Conduta da Rádio e Televisão de Portugal (págs. 8 a 10) <<http://media.rtp.pt/empresa/wp-content/uploads/sites/31/2015/07/Codigo-Etica-Conduta-da-RTP-1-Fev-2017-1.pdf>> [abril de 2017].

<sup>22</sup> Cfr. Sinopse do “Telejornal” no sítio institucional da *RTP1* <<https://www.rtp.pt/play/p3023/telejornal>> [abril de 2017].

<sup>23</sup> Sinopse do “Jornal2”, da *RTP2* <<https://www.rtp.pt/play/p2243/jornal-2>> [março 2017].

qualidade e rigor informativo, independente do poder político ou económico e de qualquer doutrina ou ideologia»<sup>24</sup>.

Compromete-se «a respeitar os princípios deontológicos da Comunicação Social e a ética profissional do jornalismo, e a contribuir, através da produção nacional de programas informativos, formativos e recreativos, para a preservação da identidade cultural do País, o que implica também dar voz às novas correntes de ideias e um estilo inovador de programação».

Especificamente sobre a informação, a *SIC* considera que se distingue «pela sua responsabilidade, serenidade e espírito de tolerância, com exclusão de quaisquer incitamentos à prática de crimes ou à violação dos direitos fundamentais».

Assegura ainda que «procurará contribuir para o esclarecimento da opinião pública no que respeita ao desenvolvimento cultural e social do País, no quadro do respeito pela sua identidade e liberdade e pelos direitos fundamentais do homem.»

O estatuto editorial deste operador afiança que «a informação da *SIC* será isenta e rigorosa — o que pressupõe ouvir as partes em confronto e distinguir sempre entre notícia e opinião — e, tanto quanto possível, dinâmica e profunda, dirigindo-se porém ao máximo universo potencial [...]».

O compromisso da *SIC* vai no sentido de uma «reconhecida isenção, competência e idoneidade, capaz de assegurar o equilíbrio de interesses entre uma informação de elevado padrão de qualidade e a obtenção de altos níveis de audiência, que garantam a rentabilidade económica da *SIC*, e, por isso, a sua independência política e cultural.»

Finalmente, garante que «observará as normas deontológicas do Estatuto do Jornalista e respeitará a competência específica que a lei fixar ao Conselho de Redação».

#### O MODELO DE CANAL - MEMÓRIA DESCRITIVA

A informação da *SIC* é descrita como o resultado da combinação entre «a informação política, nacional e internacional»<sup>25</sup> com os «temas» e os «casos do dia a dia de todos os estratos da população». Este operador considera distinguir-se «por ter lançado, ao longo dos últimos anos, a maioria das grandes cachas noticiosas», e ter «cumprindo assim um papel simultaneamente informativo e formativo».

Define-se como «um canal em aberto; [...estando] ligada aos grandes acontecimentos, de que nalguns casos é mesmo propulsora, tendo sempre presente a sua função de entretenimento, de informação e de formação», detalhando, tê-lo atingido através da prioridade à «formação e informação do público, a promoção da língua e da cultura portuguesa, o estímulo à consciência crítica, criatividade e livre expressão do pensamento do público».

Conclui que «a par dessa defesa dos valores nacionais, nos programas e sobretudo na informação, a *SIC* procurou ativamente desenvolver a consciencialização dos valores da União Europeia».

---

<sup>24</sup> Cfr. Estatuto editorial da *SIC* <<http://sic.sapo.pt/institucional3/2011-03-24-estatuto-editorial-sic--sociedade-independente-de-comunicacao-sa>> [abril de 2017].

<sup>25</sup> Cfr. “*SIC – O Modelo de Canal - Memória descritiva* (30 de Junho de 2005)”.

#### SERVIÇO NOTICIOSO DO HORÁRIO NOBRE DA SIC

O bloco noticioso das 20 horas [“Jornal da Noite” da SIC] apresenta o seu lema editorial no sítio eletrónico do serviço de programas: «O país e o mundo»<sup>26</sup>.

#### TVI

##### ESTATUTO EDITORIAL

O estatuto editorial da TVI que se autodefine como «um canal generalista, português, privado, comercial, de âmbito nacional» indica que «assume, por projeto próprio, fins de informação, de formação e de recreação e entretenimento do público».

Especificamente sobre a informação, a TVI caracteriza a sua natureza como «independente», não se subordinando «a quaisquer poderes políticos, económicos, sociais, religiosos ou outros, comprometendo-se a observar, nomeadamente, nos seus programas de Informação, regras estritas de honestidade, de isenção, de imparcialidade, de pluralismo, de objetividade e de rigor, bem como pelo respeito da deontologia e da ética profissional dos jornalistas.»

Este operador afirma que «segue a atualidade de Portugal e do mundo com um olhar humanista e aberto, disponível para as causas da liberdade, da solidariedade e da paz.»

A ligação entre a oferta da TVI e os seus públicos é também um dos seus compromissos através da «diversidade dos géneros informativos (noticiário, reportagem, investigação, entrevista ou debate) ou dos respetivos conteúdos gerais ou sectoriais», pelos quais «pretende distinguir-se e ser escolhida pelo seu perfil de independência e seriedade, de esclarecimento e rigor, no pleno respeito dos interesses e direitos dos espectadores».

##### MEMÓRIA DESCRITIVA DA TVI

No contexto da reformulação do projeto editorial do serviço de programas, em 2000, a informação foi definida como «área a privilegiar na estratégia de programação da TVI». E que o seu plano jornalístico está «assente em pressupostos de modernidade, dinamismo e agilidade, por sua vez apoiados na observância escrupulosa dos princípios de independência, rigor, objetividade e isenção».

A TVI indica que, em cumprimento da Lei e da ética profissional, a direção de informação se organizou «para produzir programas e noticiários que marcassem a diferença relativamente aos das outras estações».

A sua informação é definida como próxima do cidadão, com «um estilo moderno, jovem e irreverente, marcadamente independente de qualquer poder. Popular sem ser populista é transversal nos públicos que atinge e reconhecido pelo seu perfil isento e ágil, aliado a aspetos inovadores relacionados com questões cénicas e gráficas.»

Quanto à receção pelos públicos, a TVI acredita que a sua informação «é genericamente percecionada como tendo uma presença significativa em todo o território nacional, prestando atenção aos problemas de âmbito geral sem descurar os de interesse mais particular.»

Sobre a cobertura dos vários contextos sociais, a TVI assegura que «todas as áreas são objeto de tratamento especializado, estando a Redação estruturada de modo a garantir, de forma específica, a abordagem de matérias relacionadas com Política, Economia, Internacional, Saúde, Ensino e Sociedade, em geral, além do Desporto.»

---

<sup>26</sup> Cfr. “Jornal da Noite” <<http://sicnoticias.sapo.pt/programas/jornaldanoite>> (abril de 2017).

No que respeita aos géneros jornalísticos, «aposta na reportagem em direto como forma de responder adequadamente aos imperativos da atualidade»<sup>27</sup>, nomeadamente dando «um reforço significativo dos meios operacionais, o que permitiu à TVI passar a acompanhar, em direto, grande parte dos acontecimentos objeto de cobertura noticiosa.»<sup>28</sup>

Em paralelo, a TVI indica que «os conteúdos desportivos passaram a ter uma posição mais relevante nos programas informativos regulares»<sup>29</sup>.

O estatuto editorial deste operador defende «que o rigor e a credibilidade constituem elementos fulcrais no conjunto dos valores que a orientam»<sup>30</sup>. A sua informação define-se como «ágil, dinâmica, irreverente, moderna, preocupada coma busca da verdade e sem medo [...e que] fez da independência uma bandeira e da aproximação à realidade um instrumento de confiança no esforço de credibilidade junto dos espectadores»<sup>31</sup>.

Sobre a atuação futura da informação, a TVI afirma que «a atitude frontal, irreverente, moderna, ágil[,] dinâmica e arrojada será logicamente enquadrada pelos padrões que norteiam a atividade dos jornalistas, em especial, os pressupostos de rigor, objetividade e isenção.

A empresa salienta ainda o objetivo de diversificar os géneros jornalísticos «no conjunto da sua Programação, nomeadamente debates e entrevistas»<sup>32</sup>.

#### SERVIÇO NOTICIOSO DO HORÁRIO NOBRE DA TVI

O bloco noticioso das 20 horas (“Jornal das 8” da TVI) apresenta o seu lema editorial no sítio eletrónico do serviço de programas: «Às 20:00 na TVI toda a atualidade informativa»<sup>33</sup>.

## VI. METODOLOGIA

### NOTA INTRODUTÓRIA

Este capítulo do Relatório apresenta os dados resultantes da monitorização dos blocos informativos emitidos em horário nobre pelos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI durante o ano de 2016.

A inclusão na análise destes três operadores televisivos (RTP, SIC e TVI) baseou-se no facto de integrarem os quatro principais serviços de programas generalistas emitidos em sinal aberto. Também foi ponderada a natureza dos mesmos. Por um lado, a RTP1 e a RTP2 são os serviços de programas televisivos do operador de serviço público, sobre o qual impendem obrigações específicas definidas no Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão. Por outro lado, a SIC e a TVI, operadores televisivos privados, encontram-se sujeitos a avaliação do cumprimento das obrigações dos seus serviços de programas generalistas – realizada pela ERC a cada cinco anos -, no âmbito do processo de atribuição e renovação das licenças de emissão.

---

<sup>27</sup> Cfr. “i) Informação - “A. PROGRAMAÇÃO. 1. Estratégias de programação”, in Memória descritiva da TVI, outubro de 2005 (págs. 2 e 3).

<sup>28</sup> Idem “a) Informação - “3 – Evolução da programação por categoria” (pág. 8).

<sup>29</sup> Ibidem e) Desporto - “3 – Evolução da programação por categoria” (pág. 12).

<sup>30</sup> Idem “a) Informação - “3 – Evolução da programação por categoria” (pág. 8).

<sup>31</sup> Ibidem.

<sup>32</sup> Idem.

<sup>33</sup> Cfr. Jornal das 8 da TVI <<http://tviplayer.iol.pt/programa/jornal-das-8/53c6b3903004dc006243d0cf>> (abril de 2017).

Por sua vez, a escolha dos serviços noticiosos de horário nobre, em detrimento de outros noticiários, deve-se ao facto de serem o último serviço noticioso que resume a atualidade do dia, e também por serem aqueles que apresentam audiências mais elevadas.

A monitorização é feita por amostragem e baseia-se na análise de conteúdo de todas as peças das edições selecionadas na amostra (ver Anexo I).

Os resultados são apresentados por noticiário, privilegiando a especificidade de cada um.

#### OPERACIONALIZAÇÃO DOS CONCEITOS

Nos dois quadros seguintes são apresentados os critérios subjacentes à análise da diversidade e pluralismo e do rigor e isenção, assim como as principais variáveis que a sustentam.

**Fig. 1 Critérios e variáveis utilizadas na verificação do pluralismo e diversidade**

<b>Critérios de verificação</b>	<b>Principais variáveis</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Difusão de uma informação que respeite o pluralismo</li> <li>• Promoção da cidadania e participação democrática e respeito pelo pluralismo político, social e cultural</li> </ul>	Tema dominante Enfoque geográfico E) Especificação do enfoque geográfico nacional F) Especificação do enfoque geográfico internacional
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversificação das fontes de informação</li> </ul>	Fonte de informação principal
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Não discriminação em razão da ascendência, sexo, raça, língua, território de origem, religião, convicções políticas ou ideológicas, instrução, situação económica, condição social ou orientação sexual</li> </ul>	Ator principal Nacionalidade do ator principal Género do ator principal

**Fig. 2 Critérios e variáveis utilizadas na verificação do rigor e isenção**

<b>Critérios de verificação</b>	<b>Principais variáveis</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Separação entre informação e opinião</li> </ul>	Registo jornalístico Elementos opinativos no discurso do operador
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atribuição e identificação das fontes de informação</li> </ul>	Atribuição da origem da informação Rigor na identificação das fontes de informação Elementos indicativos de falta de rigor na atribuição da informação
<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Respeito pelo princípio do contraditório</li> </ul>	Contraditório
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificação do local</li> </ul>	Identificação do local de ação
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetividade jornalística</li> </ul>	Presença de sensacionalismo
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Respeito pela presunção da inocência</li> </ul>	Desrespeito pela presunção da inocência
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementos violentos e advertência prévia</li> </ul>	Elementos violentos descontextualizados Utilização da advertência prévia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proteção da identidade das vítimas</li> </ul>	Identificação de vítimas Utilização de técnicas de ocultação Protagonistas protegidos com técnicas de ocultação Eficácia na utilização de técnicas de ocultação

Ao longo da análise dos resultados, as variáveis acima especificadas foram cruzados com outras variáveis, permitindo uma melhor contextualização dos dados.

Embora a análise efetuada seja maioritariamente quantitativa, foi complementada com interpretações de natureza qualitativa que decorrem diretamente do processo de codificação. No caso da verificação da conformidade dos conteúdos informativos com a necessidade de proteção dos públicos vulneráveis e sensíveis, nomeadamente os menores, as variáveis aplicadas relacionam-se com um conjunto de critérios utilizados na observação do rigor.

## NOTA METODOLÓGICA

A presente secção descreve a abordagem metodológica aplicada, apresenta a composição da amostra analisada em 2016 e caracteriza os telejornais consoante a sua duração.

A técnica utilizada na análise da informação diária dos serviços noticiosos de horário nobre é a análise de conteúdo, concretizada através de operações estatísticas realizadas com recurso ao programa SPSS<sup>34</sup>.

A unidade de análise corresponde à peça noticiosa, definida como o segmento sobre um mesmo assunto, tema ou acontecimento, que decorre normalmente entre duas aparições do pivô. São tomados como referência os fragmentos definidos pela Mediamonitor (Marktest) sob a forma de cliques autonomizados, embora se admita um corte distinto das peças sempre que tal se revele útil para uma melhor definição da unidade de análise.

Regra geral, a análise incide sobre o conteúdo manifesto, isto é, o conteúdo efetivamente emitido, o que significa que o codificador não utilizou o seu conhecimento geral para complementar ou pressupor elementos informativos não referidos explicitamente na peça analisada.

Relativamente à composição da amostra, em 2016 foram monitorizados 120 noticiários dos quatro serviços de programas generalistas em sinal aberto – *RTP1*, *RTP2*, *SIC* e *TVI* – num total de 2853 peças. A seguinte tabela apresenta uma distribuição das peças analisadas por edição e serviço noticioso.

**Fig. 3 Número de peças analisadas, por data e serviço de programas (2016)**

Data	Dia da semana	Telejornal (RTP1)	Jornal 2 (RTP2)	Jornal da Noite (SIC)	Jornal das 8 (TVI)	Total
02-jan	Sábado	24	18	29	39	110
14-jan	Quinta-feira	26	17	31	32	106
26-jan	Terça-feira	31	15	35	14	95
07-fev	Domingo	30	17	27	23	97
19-fev	Sexta-feira	21	13	29	33	96
03-mar	Quinta-feira	22	13	26	34	95
15-mar	Terça-feira	28	18	31	34	111
27-mar	Domingo	28	13	17	26	84
08-abr	Sexta-feira	24	14	31	31	100
20-abr	Quarta-feira	28	14	30	33	105
03-mai	Terça-feira	22	10	30	31	93
15-mai	Domingo	25	10	17	18	70
27-mai	Sexta-feira	19	12	26	35	92
08-jun	Quarta-feira	21	13	31	10	75
20-jun	Segunda-feira	22	14	33	22	91
03-jul	Domingo	24	12	20	30	86
15-jul	Sexta-feira	25	13	20	33	91
27-jul	Quarta-feira	26	16	26	34	102
08-ago	Segunda-feira	23	13	28	31	95
20-ago	Sábado	32	11	29	33	105
02-set	Sexta-feira	27	15	30	33	105
14-set	Quarta-feira	30	12	30	28	100

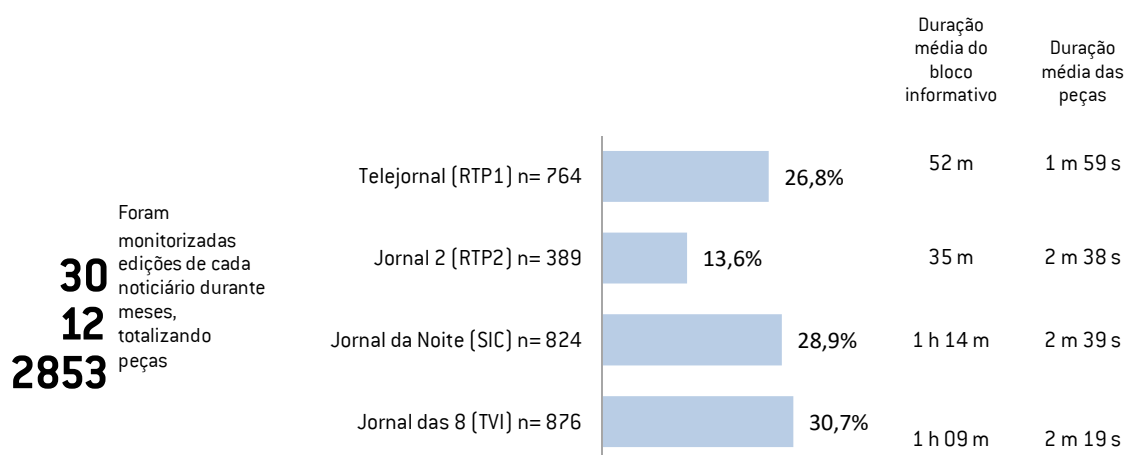
<sup>34</sup> *Statistical Package for Social Sciences.*

26-set	Segunda-feira	23	10	33	31	97
08-out	Sábado	23	8	20	20	71
20-out	Quinta-feira	27	12	15	22	76
02-nov	Quarta-feira	25	13	29	34	101
14-nov	Segunda-feira	27	11	33	36	107
26-nov	Sábado	24	7	23	26	80
08-dez	Quinta-feira	30	14	34	33	111
20-dez	Terça-feira	27	11	31	37	106
<b>Total</b>		<b>764</b>	<b>389</b>	<b>824</b>	<b>876</b>	<b>2853</b>

A seleção das edições dos noticiários de horário nobre dos quatro canais resultou de um processo de amostragem (ver Anexo I).

O número de peças emitidas em cada bloco informativo tem relação, em parte, com o formato do próprio noticiário, nomeadamente a sua duração média e a das peças, o que resulta das opções do operador no que se refere ao alinhamento das edições.

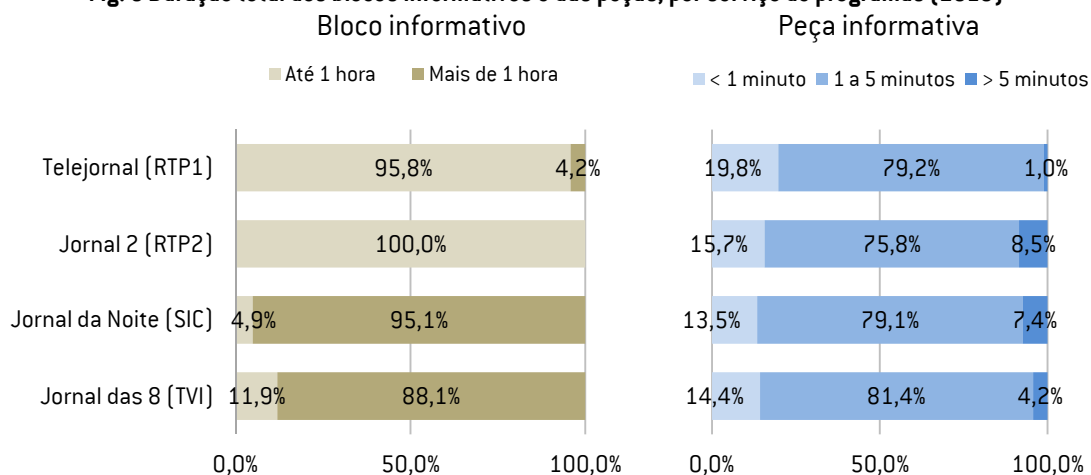
**Fig. 4 Distribuição das peças analisadas e duração média do bloco informativo e das peças por serviço de programas (2016)**



Assim, na amostra considerada, os blocos informativos com maior número de peças (o “Jornal das 8” e o “Jornal da Noite”) são também os que têm uma *duração média* superior. Por seu turno, o “Jornal 2” surge com o menor número de peças, resultando em blocos informativos mais curtos, mas com peças longas.



**Fig. 5 Duração total dos blocos informativos e das peças, por serviço de programas (2016)**



Uma análise mais detalhada da *duração total* dos blocos informativos e das peças por canal, permite referir que os noticiários dos canais de serviço público têm, na maioria dos casos, uma duração inferior a 60 minutos, sendo que no caso do “Jornal 2” da RTP2, a *duração total* é sempre menor do que uma hora.

Os noticiários dos serviços de programas privados SIC e TVI apresentam maioritariamente edições que ultrapassam uma hora.

Como se pode constatar na Fig. 5, a *duração das peças* dos quatro serviços noticiosos analisados encontra-se no intervalo *entre um a cinco minutos*, seguindo-se as peças mais breves, com *menos de um minuto*. Os conteúdos mais longos, *mais de cinco minutos*, ocupam uma fatia menor do conjunto dos blocos informativos.

Os noticiários dos quatro serviços de programas seguem esta tendência. No entanto, verifica-se que o bloco informativo da RTP2 apresenta a maior percentagem de peças longas, com *mais de cinco minutos*, ao qual se segue o “Jornal da Noite”.

O número de peças mais longas, atingido pela RTP2, justifica-se por dois motivos: em primeiro, no seu serviço noticioso são transmitidas mais entrevistas do que em qualquer outro dos operadores analisados, sendo que parte significativa delas tem uma duração *superior a cinco minutos*; em segundo, uma fatia considerável dos seus espaços de *comentário/opinião* tem igualmente uma duração mais longa do que as restantes peças com registo jornalístico informativo.

Já os conteúdos do “Jornal da Noite” da SIC com duração *superior a cinco minutos*, referem-se, sobretudo, a peças de registo informativo (por exemplo, grandes reportagens e notícias com diretos, e as rubricas “Futuro Hoje”, “Contas Poupança” e “Perdidos e Achados”), mas também a espaços de opinião do comentador Luís Marques Mendes.

## VII. ANEXOS

### ANEXO I – COMPOSIÇÃO E DEFINIÇÃO DA AMOSTRA DE 2016

Apresenta-se, de seguida, o plano de amostragem para a monitorização das notícias (peças) dos blocos informativos de horário nobre dos serviços de programas generalistas – *RTP1*, *RTP2*, *SIC* e *TVI*.

O objetivo prende-se com a recolha de uma amostra representativa com um erro de amostragem inferior a 5% e um grau de confiança de 95%.

Considera-se que o universo ou população são todas as peças dos blocos informativos de horário nobre da *RTP1*, *RTP2*, *SIC* e *TVI* emitidos entre 01/01/2016 e 31/12/2016. No entanto, devido às dificuldades de obter previamente o número total de peças para cada bloco informativo, a amostragem é construída considerando o número total de edições no ano, ou seja, 366.

A amostra é o subconjunto da população obtido através dos dias (edições) selecionados. Neste estudo são monitorizadas as peças de 30 edições de cada noticiário.

Para garantir que todos os meses sejam avaliados, considera-se a aplicação da amostragem aleatória sistemática.

A metodologia é a seguinte:

#### 1. DEFINIÇÃO DO INTERVALO AMOSTRAL

Determina-se o intervalo amostral dividindo o total de elementos da população pelo número de elementos definidos para a amostra (N/n). Se a população é 366 e a amostra é 30, logo o intervalo amostral será 12,2.

#### 2. SELEÇÃO ALEATÓRIA E DEFINIÇÃO DA AMOSTRA

A seleção aleatória de um número entre um e 12 serve tanto para determinar o ponto de partida no processo de seleção das edições, bem como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra<sup>35</sup>.

Foi escolhido o número dois, o que corresponde a 2 de janeiro de 2016. Ao número selecionado, soma-se sucessivamente o intervalo amostral obtendo as edições que serão monitorizadas.

Finalmente, a amostra é constituída pelas peças que correspondem aos números e datas no quadro seguinte:

**Fig. 1 Edições selecionadas (2016)**

Data	Número associado
Sábado, 2 de Janeiro de 2016	2
Quinta-feira, 14 de Janeiro de 2016	14
Terça-feira, 26 de Janeiro de 2016	26
Domingo, 7 de Fevereiro de 2016	38
Sexta-feira, 19 de Fevereiro de 2016	50
Quinta-feira, 3 de Março de 2016	63
Terça-feira, 15 de Março de 2016	75
Domingo, 27 de Março de 2016	87
Sexta-feira, 8 de Abril de 2016	99

<sup>35</sup> A seleção do ponto de partida é repetida no início de cada ano.

Quarta-feira, 20 de Abril de 2016	111
Terça-feira, 3 de Maio de 2016	124
Domingo, 15 de Maio de 2016	136
Sexta-feira, 27 de Maio de 2016	148
Quarta-feira, 8 de Junho de 2016	160
Segunda-feira, 20 de Junho de 2016	172
Domingo, 3 de Julho de 2016	185
Sexta-feira, 15 de Julho de 2016	197
Quarta-feira, 27 de Julho de 2016	209
Segunda-feira, 8 de Agosto de 2016	221
Sábado, 20 de Agosto de 2016	233
Sexta-feira, 2 de Setembro de 2016	246
Quarta-feira, 14 de Setembro de 2016	258
Segunda-feira, 26 de Setembro de 2016	270
Sábado, 8 de Outubro de 2016	282
Quinta-feira, 20 de Outubro de 2016	294
Quarta-feira, 2 de Novembro de 2016	307
Segunda-feira, 14 de Novembro de 2016	319
Sábado, 26 de Novembro de 2016	331
Quinta-feira, 8 de Dezembro de 2016	343
Terça-feira, 20 de Dezembro de 2016	355

Para um grau de confiança de 95%, o erro de amostragem (EMA%) para cada serviço noticioso não ultrapassa os 5%.

**Fig.2 Erro máximo da amostra (2016)**

Canal /Programa	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da Amostra	EMA%
RTP1/Telejornal	366	30	10232	764	3,4
RTP2/Jornal 2	366	30	5519	389	4,8
SIC/Jornal da Noite	366	30	11597	824	3,3
TVI/Jornal das 8	366	30	12011	876	3,2

## ANEXO II – DEFINIÇÃO DE VARIÁVEIS

### PLURALISMO E DIVERSIDADE NA INFORMAÇÃO DIÁRIA

**TEMÁTICA DOMINANTE:** Assinala o acontecimento, assunto ou temática preponderante que a peça aborda ou desenvolve, a partir de uma tipologia pré-definida. Esta variável aprecia o preenchimento de uma informação plural e contextualizada das principais ocorrências de interesse público nacionais e internacionais. A seleção de um dos acontecimentos ou assuntos abordados na peça como principal depende do enfoque e destaque que lhe é dado pelo operador, designadamente pela duração que ocupa na peça.

**FONTE DE INFORMAÇÃO PRINCIPAL:** Categoriza a origem concreta da informação indispensável para a sustentação do acontecimento ou temática na génese da peça. Especifica a pessoa, o documento ou a instituição/organização a que os factos ou as opiniões reportadas são referidos.

**ATOR PRINCIPAL:** Identifica o indivíduo cujas ações ou declarações são essenciais à construção das peças em que há ator(es) personalizado(s). A visibilidade do protagonista pode resultar da prioridade ou do destaque que lhe é dado na narrativa (pela imagem, descrições e citações), e/ou por ser o objeto central das afirmações de outros atores.

**SEXO DO ATOR PRINCIPAL:** Caracteriza o sexo do protagonista (*masculino* ou *feminino*) na peça.

**NACIONALIDADE DO ATOR PRINCIPAL:** Privilegia o conteúdo manifesto quando a peça refere explicitamente essa informação, mas também admite elementos de conteúdo presumido, na medida em que, quando essa informação não é referida, reconhece o país de origem percebido do ator principal – que poderá resultar *nacional* ou proveniente de um país estrangeiro (*internacional*) -, pelo nome, idioma ou sotaque.

**ENFOQUE GEOGRÁFICO:** Refere-se ao alcance geográfico, isto é, o âmbito físico em que incide o enfoque da peça, quando é especificado. O enfoque geográfico pode ser *regional* (uma ou várias regiões de Portugal); *nacional* (Portugal); *internacional* (uma ou várias regiões de outros países), ou de ambas as geografias (*combinação do enfoque nacional e internacional*). Pode considerar a abrangência territorial do acontecimento, a proveniência do ator principal e/ou a origem das organizações a que pertence, e o local de ação.

**ESPECIFICAÇÃO DO ENFOQUE GEOGRÁFICO INTERNACIONAL:** Especifica o país estrangeiro onde decorre a ação noticiada ou para a qual é possível identificar a abrangência geográfica do assunto/problemática abordado, incluindo as peças com referências genéricas ao contexto internacional.

**ESPECIFICAÇÃO DO ENFOQUE GEOGRÁFICO NACIONAL:** Especifica a região de Portugal onde decorre a ação noticiada ou para a qual é possível identificar a abrangência geográfica do assunto/problemática abordado, incluindo as referências genéricas ao território nacional.

### RIGOR E ISENÇÃO NA INFORMAÇÃO DIÁRIA

**REGISTO JORNALÍSTICO:** Caracteriza o tipo de género discursivo dominante da peça. Distingue se a peça tem como finalidade veicular informação (sendo o seu conteúdo da responsabilidade do operador) ou opinião (estando dependente de atores manifestamente identificados como comentadores).

Embora a *entrevista* seja um género jornalístico informativo, optou-se por classificar todas as entrevistas de forma autónoma, de modo a, durante a análise, facilmente distingui-las das restantes peças identificadas com registo informativo. Por sua vez, o *registo informativo* foi utilizado para classificar todas as breves, notícias, reportagens, perfis e trabalhos de investigação, entre outros géneros informativos, visionados nas edições que integram a amostra.

O *registo comentário/opinião* permitiu identificar apenas os espaços, geralmente transmitidos em direto, reservados à participação de comentadores e analistas, pelo que as peças que na sua

construção utilizaram excertos de espaços de comentário/opinião como fontes de informação foram classificadas como tendo *registo jornalístico informativo*. Também foram autonomizados os *debates*.

Finalmente, o registo *outros*, tal como a própria designação indica, foi utilizado para classificar os conteúdos que não se enquadram em nenhuma das restantes categorias. Refira-se, como exemplo, blocos meteorológicos, concursos realizados durante o noticiário (como o sorteio do concurso “Euromilhões”, peças de autopromoção a produtos/serviços do próprio operador, como promoção de excertos de reportagens a exibir em outros programas); peças com género híbrido (por exemplo crónicas; publireportagens).

**ELEMENTOS OPINATIVOS NO DISCURSO DO OPERADOR:** Regista as situações em que se identificam juízos de valor trazidos pelo pivô, repórter, imagem e grafismo (bolacha, destaques ou legendas). Esta variável apoia-se na distinção entre interpretação, baseada na análise, na justaposição de ocorrências, na exposição de hipóteses, e na abertura de eventuais conclusões; e a opinião, baseada em afirmações qualificativas, no uso de adjetivos e na defesa de argumentos finalizados, projetados em conclusões. Testa o cumprimento do dever do operador televisivo de, nos seus serviços informativos, distinguir a informação da opinião de forma inequívoca aos olhos do público.

**RIGOR NA IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO:** Avalia a exatidão do operador ao explicitar a origem da informação veiculada na peça. Considera-se que existe identificação total se o nome, a pertença institucional e o cargo ou função forem referidos. Distingue a *ausência total de referências a fontes de informação*, a sua *identificação parcial*, a *identificação de todas as fontes mencionadas*, do *recurso explícito à confidencialidade*.

**ELEMENTOS INDICATIVOS DE FALTA DE RIGOR NA IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO:** Com o objetivo de explorar a falta de rigor na identificação das fontes de informação, conceptualizou-se este indicador que se baseia no conteúdo manifesto das peças. Definiram-se as seguintes seis categorias de *elementos indicativos de falta de rigor na identificação das fontes de informação*:

- 1. Utilização de imagens captadas/fornecidas por terceiros sem especificação da sua origem;**
- 2. Autorreferência do canal como forma de atribuição da informação** (manifesta em expressões como «a RTP sabe»; «a SIC apurou»; «A TVI tem a informação»);
- 3. Generalização de informações** (por exemplo, informações cujo conteúdo corresponde a generalizações que não são sustentadas em qualquer fonte de informação referida na peça: «Há cada vez mais portugueses»; informação baseada em números sem referência à sua fonte: taxas de juros cuja fonte não é especificada; fontes de informação referidas de forma genérica/indeterminada: «segundo a imprensa internacional»);
- 4. Fontes de informação sem qualquer identificação** (as declarações são reproduzidas sem que a peça tenha elementos suficientes para as identificar, nem contextualizar, como por exemplo fontes em discurso direto ou documentos citados sem que seja possível reconhecer a sua origem);
- 5. Cidadãos comuns sem indicação do nome** (cidadãos comuns entrevistados como fontes de informação, sem que seja referido o seu nome, ou outro modo de identificação clara);
- 6. Outros elementos indicativos de falta de rigor** (incluem-se os casos de identificação parcial de outras fontes).

**EXISTÊNCIA DE SENSACIONALISMO:** Esta variável resulta de um conjunto de indicadores previamente definido que tem como objetivo global contribuir para a avaliação da isenção e do rigor

informativo. Considera-se sensacionalista o tratamento jornalístico que visa criar ou acentuar sensações e emoções nos telespetadores, nomeadamente sem haver uma relação factual com os acontecimentos e problemáticas reportadas. As variáveis utilizadas para o caracterizar são as seguintes:

1. **Exploração de sensações através da captação/edição de imagens:** Localiza excertos das peças em que o operador recolheu e/ou editou as imagens alterando a sequência real dos acontecimentos e/ou o seu significado manifesto, associando um sentido emotivo à narrativa visual;
2. **Exploração de sensações através do recurso a música/sons:** Identifica a utilização de elementos sonoros (música, outros efeitos pós-produzidos) inexistentes no momento da captação das imagens/sons do acontecimento pelo operador, e que conferem um sentido emotivo à peça;
3. **Destaques gráficos/bolachas com estilo apelativo:** Reconhece as peças em que existem elementos gráficos atrativos com uma função de aliciamento sobreposta à função de informar;
4. **Presença de *fait-divers*:** Identifica o tratamento jornalístico em que a narração dos factos é feita através do seu lado inusitado ou pitoresco. Os temas são apresentados de forma ligeira, salientando-se a curiosidade ou a comicidade do acontecimento; os atores são caracterizados por uma característica privada ou íntima ou, se pública, através de um aspeto caricato ou bizarro;
5. **Reconstituições utilizadas para produzir sensações:** Assinala a utilização de reconstituições de cenários/cenas pelo operador com recurso a encenações ou a representações gráficas, apenas se estas manifestamente potenciarem a exploração de sensações no telespetador, pelo modo como são construídas e apresentadas.

**ELEMENTOS PORNOGRÁFICOS:** Reconhece imagens e discurso verbal de cariz erótico ou sexual, ou seja, uma exposição ostensiva, insistente e descontextualizada no relato do acontecimento.

**ELEMENTOS VIOLENTOS:** Reconhece imagens e discurso verbal de cariz violento nas peças editadas e nos diretos. A referência para a identificação destes elementos é o conceito de «violência gratuita»; as manifestações mais extremadas, físicas ou psicológicas abrangentes de comportamentos que atentam contra a dignidade da pessoa humana — tortura e os tratamentos desumanos, cruéis ou degradantes.

**ADVERTÊNCIA PRÉVIA:** Identifica todo e qualquer aviso formal (oral ou pela imagem, incluindo sinalética), anterior à transmissão imediata da peça, pelo pivô ou outro profissional do operador televisivo, relativo à natureza das imagens ou do discurso verbal apresentados. Visa reconhecer o cumprimento da recomendação legal aplicável a elementos violentos ou pornográficos na informação. Distingue a sua introdução, com uma função de alerta contrário ao visionamento, ou de apelo promocional, da sua inexistência, quando seria aplicável.

**DESRESPEITO PELA PRESUNÇÃO DE INOCÊNCIA:** Regista os casos que potencialmente estejam em incumprimento da legislação aplicável, no que respeita a formulação de acusações sem provas pelo operador.

**IDENTIFICAÇÃO DE VÍTIMAS:** Classifica a exposição do rosto e/ou do corpo de forma reconhecível, a referência ao nome, morada, ou outros elementos identificadores de pessoas em situação de vulnerabilidade física, emocional e psicológica, molestadas sexualmente, e menores envolvidos em delinquência juvenil, alvos de crimes contra a honra ou a reserva da vida privada até à audiência de julgamento, e ofendidos menores de 16 anos.

**MODO COMO É FEITA A IDENTIFICAÇÃO DA VÍTIMA:** Especifica o modo como é feita a identificação da vítima registada na variável anterior, pelas imagens, sons, declarações, indicação do nome próprio e/ou do apelido, idade ou profissão, locais frequentados pela vítima ou por pessoas relacionadas, e outras, ou a combinação de várias referências.

**TÉCNICAS DE OCULTAÇÃO DA IDENTIDADE:** Reconhece a utilização de uma ou várias técnicas para disfarçar o rosto, o corpo, a voz, o recurso a nomes fictícios, a planos de captação da imagem (na penumbra/em contraluz), e a interposição de objetos que ocultam ou mostram parcialmente pessoas com características ou em contextos em que a sua publicitação, num noticiário, os prejudicaria, por exemplo, as vítimas.

**PROTAGONISTAS PROTEGIDOS POR TÉCNICAS DE OCULTAÇÃO:** Distingue a aplicação daquelas formas de proteção da identidade a intervenientes menores ou adultos, ou ambos. Identifica também os casos de potencial incumprimento (representados na peça cuja identidade não foi protegida, mas que se considera que deveria ter sido).

**EFICÁCIA DA PROTEÇÃO DA IDENTIDADE:** Verifica a correspondência entre o emprego das técnicas de ocultação e sua eficácia na proteção dos visados que pretende garantir.

**NÚMERO DE FONTES:** Quantifica todas as proveniências da informação explícitas na peça que estejam total ou parcialmente identificadas.

**NÚMERO DE ÁREAS DE FONTES:** Classifica o número de contextos de proveniência, correspondentes a conjuntos de instituições, núcleos de atividade profissional, grupos sociais ou de indivíduos de todas as fontes de informação consultadas na peça. Pode resultar *única* ou *múltipla*.

**CONTRADITÓRIO:** Identifica a existência de uma crítica substantiva ou acusação explícita dirigida a uma pessoa e/ou instituição concreta e reconhece a possibilidade de resposta — ou a tentativa de ouvir os interesses atendíveis no caso — garantida ao visado pelo operador na peça, ou noutras anteriores/seguintes do alinhamento.

**RIGOR NA IDENTIFICAÇÃO DO LOCAL DO ACONTECIMENTO:** Classifica a exatidão jornalística na localização das ocorrências relatadas na peça, através de referências verbais (orais e escritas). Salva-se os temas em que o assunto reportado é abstrato, sem local de ação específico.

## PROTEÇÃO DE MENORES

**PRESENÇA E/OU REFERÊNCIA A MENORES:** Identifica a presença ou referência explícita a menores nas peças.

**MODO DE IDENTIFICAÇÃO DOS MENORES:** Classifica a forma escolhida pelo operador para mencionar os menores, seja real ou fictícia.

**IDENTIFICAÇÃO DA LOCALIZAÇÃO DOS MENORES:** Classifica o local de residência ou de permanência dos menores atribuído pelo operador, seja através do discurso verbal ou das imagens.

**CONDIÇÃO EM QUE OS MENORES APARECEM:** Pretende identificar as representações feitas acerca dos menores que estão presentes ou são referidos nas peças.

ANEXO III – INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR À ANÁLISE DE DADOS

Fig. 1 Subtemas dominantes, por serviço de programas (2016)

Temática	Telejornal (RTP1)	Jornal 2 (RTP2)	Jornal da Noite (SIC)	Jornal das 8 (TVI)
Atividades da Presidência da República	2,9%	3,3%	2,3%	1,9%
Políticas económicas	2,6%	2,8%	1,8%	1,6%
Atividades/propostas de partidos políticos	2,0%	2,6%	1,8%	1,6%
Orçamento de Estado	2,0%	3,6%	1,6%	1,3%
Políticas fiscais/financeiras	2,5%	1,5%	2,1%	1,3%
Restantes subtemas da área política nacional	1,2%	2,6%	1,3%	1,1%
Atividades da Assembleia da República	0,9%	1,5%	0,8%	0,2%
Divergências ou críticas interpartidárias	0,8%	1,0%	0,4%	0,6%
Suspeita/envolvimento de políticos em escândalos/irregularidades	0,3%	0,8%	1,1%	0,2%
Episódios da vida dos políticos	0,4%	1,0%	0,2%	0,8%
Políticas para a educação	0,8%	0,8%	0,4%	0,2%
Políticas de administração pública	0,7%	1,0%	0,4%	0,2%
Políticas de defesa e segurança	0,5%	0,5%	0,5%	0,3%
Políticas de ordenamento do território	0,4%	1,3%	0,2%	0,3%
Ação governativa genérica	0,5%	1,3%	0,1%	0,2%
Relações do Governo com os partidos políticos	0,4%	0,5%	0,4%	0,5%
Atividades de autarquias	0,4%	0,3%	0,5%	0,3%
Atividades de organizações reguladoras/fiscalizadoras	0,5%	0,5%	0,2%	0,3%
Políticas externas	0,4%	0,3%	0,4%	0,3%
Alterações na formação do Governo	0,1%	0,5%	0,5%	0,2%
Políticas para a saúde	0,7%	-	0,4%	0,1%
Políticas laborais	0,3%	-	0,2%	0,2%
Políticas para a segurança social	-	-	0,5%	-
Relações interpartidárias	0,1%	0,3%	0,1%	0,1%
Participação cívica	0,3%	-	0,1%	0,1%
Divergências ou críticas à ação presidencial	0,1%	0,3%	-	0,1%
Políticas para o ambiente	0,3%	-	0,1%	-
Políticas para a agricultura/pescas/pecuária	0,1%	0,5%	-	-
Relações Governo/Presidência da República	-	0,3%	0,1%	-
Políticas para a justiça	0,1%	0,3%	-	-
Atividades/declarações de políticos independentes	0,1%	-	-	0,1%
Atividades da Assembleia Legislativa regional da Madeira	0,1%	-	-	0,1%
Políticas de migração	-	-	-	0,1%
Políticas culturais	0,1%	-	-	-
Políticas de reabilitação social	0,1%	-	-	-



Sondagens políticas/barômetros de popularidade	-	0,3%	-	-
<b>Subtotal Política Nacional</b>	<b>22,6%</b>	<b>29,6%</b>	<b>18,6%</b>	<b>14,7%</b>
Futebol	13,0%	0,3%	14,3%	13,4%
Restantes modalidades desportivas	3,5%	0,3%	1,8%	2,1%
Irregularidades	1,3%	-	1,3%	1,0%
Atividades de organizações e federações desportivas	0,3%	-	0,5%	0,5%
<b>Subtotal Desporto</b>	<b>18,1%</b>	<b>0,5%</b>	<b>18,0%</b>	<b>16,9%</b>
Acidentes e catástrofes	2,7%	2,3%	2,5%	3,9%
Atividades policiais	2,2%	0,8%	2,7%	4,5%
Incêndios	2,1%	1,5%	2,7%	1,9%
Restantes crimes e formas de violência	0,7%	0,3%	2,8%	2,5%
Violência doméstica	0,4%	-	0,8%	2,2%
Manifestações/reivindicações/protestos não laborais	0,5%	1,0%	1,1%	0,7%
Atividades de bombeiros e Proteção Civil	0,5%	-	0,4%	1,0%
Prevenção	0,5%	0,5%	0,4%	0,7%
Pedofilia/Abusos sexuais contra menores	0,3%	-	-	0,2%
Violação/Violência sexual	-	-	0,2%	0,1%
<b>Subtotal Ordem Interna</b>	<b>9,9%</b>	<b>6,4%</b>	<b>13,6%</b>	<b>17,7%</b>
Atentados e terrorismo	5,5%	6,4%	5,0%	4,6%
Eleições políticas internacionais	2,5%	2,6%	3,0%	2,2%
Conflitos armados	1,6%	3,3%	0,7%	0,2%
Ações governativas/Estado	0,5%	1,8%	0,5%	0,5%
Relações diplomáticas	0,7%	0,5%	0,6%	0,5%
Crise internacional	0,5%	1,3%	0,4%	0,2%
Atividades de organizações internacionais	0,4%	0,8%	0,5%	0,3%
Cooperação e ajuda humanitária	0,4%	0,5%	0,1%	0,1%
Segurança e espionagem	0,1%	-	0,2%	0,1%
Acordos internacionais	0,1%	0,3%	0,1%	-
<b>Subtotal Política Internacional</b>	<b>12,3%</b>	<b>17,5%</b>	<b>11,2%</b>	<b>8,7%</b>
Artes e eventos culturais	3,8%	11,6%	4,2%	2,9%
Vida e obra de autores/artistas	1,8%	1,5%	2,1%	2,9%
Figuras/acontecimentos históricos	1,2%	2,1%	1,0%	1,1%
Património cultural	0,4%	-	0,5%	0,9%
Moda	0,1%	-	0,1%	0,3%
<b>Subtotal Cultura</b>	<b>7,3%</b>	<b>15,2%</b>	<b>7,9%</b>	<b>8,1%</b>
Atividades de organizações económicas	2,6%	1,3%	2,5%	1,9%
Empresas e negócios	0,8%	0,5%	1,9%	1,4%
Turismo	0,4%	1,0%	0,4%	2,7%
Indicadores económicos	1,3%	0,8%	0,5%	0,8%
Crimes económicos	0,3%	0,5%	1,2%	0,8%
Consumo/consumidores	0,4%	0,5%	0,4%	1,1%
Agricultura, pescas e pecuária	-	0,8%	0,1%	0,1%
Mercado bolsista	0,4%	-	0,2%	-
Indústria	0,1%	-	-	0,1%
Restantes subtemas da área economia, finanças e negócios	-	0,5%	-	-

Crise financeira	-	-	-	0,1%
<b>Subtotal Economia, finanças e negócios</b>	<b>6,3%</b>	<b>5,9%</b>	<b>7,2%</b>	<b>9,1%</b>
Casos de justiça	3,7%	1,0%	2,7%	3,3%
Funcionamento do sistema judicial	0,3%	-	0,2%	0,2%
Atividades da Procuradoria-Geral da República	0,4%	0,8%	-	-
<b>Subtotal Sistema Judicial</b>	<b>4,3%</b>	<b>1,8%</b>	<b>2,9%</b>	<b>3,5%</b>
Atividades das instituições da UE	1,6%	3,9%	2,1%	1,0%
Eleições internas dos países da UE	0,8%	2,8%	0,4%	0,6%
Ações governativas/Estado dos países da UE	0,7%	1,3%	0,5%	-
Políticas comunitárias	-	0,3%	-	-
<b>Subtotal Política Europeia</b>	<b>3,0%</b>	<b>8,2%</b>	<b>3,0%</b>	<b>1,6%</b>
Práticas médicas	2,0%	0,5%	1,1%	2,1%
Funcionamento do sistema de saúde	0,5%	0,3%	0,2%	0,9%
Epidemia/pandemia	0,8%	0,8%	0,2%	0,2%
Segurança e assistência social	0,1%	0,3%	-	0,3%
Eutanásia	-	0,3%	0,2%	-
<b>Subtotal Saúde e ação social</b>	<b>3,4%</b>	<b>2,1%</b>	<b>1,8%</b>	<b>3,5%</b>
Vida das figuras públicas	0,1%	0,3%	1,0%	2,4%
Restantes subtemas da área vida social	0,5%	0,3%	0,4%	1,3%
Lazer e diversão	0,3%	-	0,6%	1,3%
Casos insólitos	-	0,5%	0,1%	0,3%
Extração jogos Santa Casa	-	-	-	0,6%
<b>Subtotal Vida social</b>	<b>0,9%</b>	<b>1,0%</b>	<b>2,1%</b>	<b>5,8%</b>
Bloco meteorológico	-	-	2,8%	0,5%
Restantes subtemas da área ambiente	0,5%	-	0,5%	0,6%
Proteção do ambiente e conservação da natureza	0,3%	0,5%	0,2%	0,2%
Alterações climatéricas	-	-	-	0,5%
Energias/recursos naturais	0,1%	0,3%	0,1%	-
Poluição e crimes ambientais	-	-	0,4%	-
Cimeiras/protocolos ambientais	0,1%	-	0,1%	-
<b>Subtotal Ambiente</b>	<b>1,0%</b>	<b>0,8%</b>	<b>4,1%</b>	<b>1,7%</b>
Movimentos migratórios de refugiados	1,6%	3,1%	1,5%	0,8%
Imigração	0,5%	0,5%	0,5%	0,1%
Emigração	0,3%	-	0,4%	-
<b>Subtotal População</b>	<b>2,4%</b>	<b>3,6%</b>	<b>2,3%</b>	<b>0,9%</b>
Relações e comportamentos sociais	0,4%	0,3%	0,6%	0,6%
Integração e inclusão social	0,4%	-	0,5%	0,7%
Questões ligadas à infância	0,5%	0,8%	0,1%	0,5%
Histórias de vida	0,1%	-	0,6%	0,6%
Pobreza e exclusão social	0,3%	0,3%	-	0,1%
Relações familiares	-	-	0,2%	0,1%
<b>Subtotal Sociedade</b>	<b>1,7%</b>	<b>1,3%</b>	<b>2,1%</b>	<b>2,5%</b>
Greves, protestos e manifestações laborais	1,4%	1,3%	0,5%	1,0%
Ações sindicais	0,3%	0,5%	0,1%	0,1%
Emprego/desemprego	0,4%	-	-	0,1%
Qualidade e segurança no trabalho	0,3%	-	-	0,2%

Políticas laborais das empresas/empresários	-	0,3%	-	-
<b>Subtotal Relações Laborais</b>	<b>2,4%</b>	<b>2,1%</b>	<b>0,6%</b>	<b>1,5%</b>
Transportes e infraestruturas	0,7%	1,3%	1,3%	0,8%
Habitação	0,1%	-	0,4%	0,1%
Obras públicas	-	0,3%	-	0,1%
Ordenamento do território	-	-	-	0,1%
<b>Subtotal Urbanismo</b>	<b>0,8%</b>	<b>1,5%</b>	<b>1,7%</b>	<b>1,1%</b>
Comunicação social	0,8%	0,3%	0,7%	0,5%
Tecnologias da Informação e da Comunicação	0,3%	-	0,2%	0,2%
<b>Subtotal Comunicação</b>	<b>1,0%</b>	<b>0,3%</b>	<b>1,0%</b>	<b>0,7%</b>
Cristianismo católico	0,5%	1,3%	0,8%	0,6%
Paganismo	0,1%	-	-	-
<b>Subtotal Crença e religião</b>	<b>0,7%</b>	<b>1,3%</b>	<b>0,8%</b>	<b>0,6%</b>
Investigação científica	0,7%	0,5%	0,4%	0,3%
Inovação e desenvolvimentos tecnológicos	0,1%	0,3%	0,5%	0,1%
Questões éticas	-	-	0,1%	-
<b>Subtotal Ciência e tecnologia</b>	<b>0,8%</b>	<b>0,8%</b>	<b>1,0%</b>	<b>0,5%</b>
Ensino pré-escolar, básico e secundário	0,3%	-	0,1%	0,2%
Atividades de estudantes/encarregados de educação/pais	-	-	-	0,2%
Sistemas e modelos de educação	-	-	-	0,1%
Ensino superior	0,1%	-	-	-
<b>Subtotal Educação</b>	<b>0,4%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,1%</b>	<b>0,6%</b>
Atividades das Forças Armadas	0,7%	0,3%	0,1%	0,2%
<b>Subtotal Defesa</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,1%</b>	<b>0,2%</b>
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
	<b>(764)</b>	<b>(389)</b>	<b>(824)</b>	<b>(876)</b>

**Fig. 2 Especificação do País estrangeiro onde decorre a ação, por serviço de programas (2016)**

<b>Países</b>	<b>Telejornal (RTP1)</b>	<b>Jornal 2 (RTP2)</b>	<b>Jornal da Noite (SIC)</b>	<b>Jornal das 8 (TVI)</b>
Vários países continente europeu	12,8%	18,4%	11,2%	7,3%
França	10,7%	4,4%	11,6%	11,7%
Espanha	6,5%	8,7%	5,1%	7,3%
Reino Unido	4,7%	2,9%	6,5%	5,7%
Bélgica	2,9%	4,9%	4,3%	4,3%
Alemanha	2,6%	2,4%	3,6%	3,3%
Itália	1,0%	2,9%	1,1%	2,2%
Turquia	0,8%	1,9%	1,8%	1,6%
Grécia	1,6%	0,5%	0,7%	1,1%
Polónia	1,3%	0,5%	1,1%	0,8%
Rússia	0,8%	-	0,7%	0,5%
Vaticano	0,3%	0,5%	0,9%	0,3%
Dinamarca	0,5%	-	0,7%	0,3%
Ucrânia	0,8%	0,5%	0,2%	0,3%
Noruega	0,8%	-	-	0,5%
Suíça	-	-	0,7%	0,5%
Andorra	0,5%	-	0,2%	0,3%
Irlanda	0,3%	-	-	0,5%
Luxemburgo	0,3%	-	0,2%	0,3%
Holanda	-	-	0,2%	0,5%
Bulgária	0,3%	-	0,2%	0,3%
Islândia	0,3%	0,5%	0,2%	-
Letónia	0,5%	-	-	-
Suécia	-	-	0,4%	-
Roménia	-	-	0,2%	0,3%
Kosovo	-	-	0,2%	0,3%
Mónaco	-	-	0,2%	0,3%
Áustria	-	-	0,2%	-
Estónia	-	-	-	0,3%
República Checa	-	-	0,2%	-
Hungria	0,3%	-	-	-
Macedónia	-	-	0,2%	-
<b>Subtotal Continente europeu</b>	<b>50,5%</b>	<b>49,0%</b>	<b>53,0%</b>	<b>50,7%</b>
Estados Unidos da América	8,6%	6,3%	8,5%	11,4%
Brasil	5,5%	4,4%	5,6%	4,3%
Cuba	1,6%	1,0%	1,1%	1,9%
Vários países continente americano	1,3%	-	0,9%	2,2%
Colômbia	0,3%	-	0,9%	-
Venezuela	0,3%	0,5%	0,7%	-
Costa Rica	0,5%	-	0,4%	-
Jamaica	0,3%	-	0,4%	0,3%
Canadá	-	-	0,4%	0,3%
México	-	-	-	0,8%
Chile	0,3%	-	0,2%	0,3%
Panamá	0,3%	-	0,2%	-
Haiti	0,3%	0,5%	-	-

Argentina	-	-	0,2%	-
Peru	-	-	-	0,3%
<b>Subtotal Continente americano</b>	<b>19,1%</b>	<b>12,6%</b>	<b>19,7%</b>	<b>21,7%</b>
Síria	2,9%	3,9%	1,1%	1,6%
Iraque	1,0%	1,5%	1,1%	2,7%
China	1,3%	1,5%	1,6%	1,9%
Países do Médio Oriente	0,5%	1,5%	0,7%	0,3%
Paquistão	0,5%	1,0%	-	0,5%
Israel	-	-	1,1%	-
Taiwan	0,5%	1,0%	-	0,3%
Japão	-	0,5%	0,2%	0,5%
Vários países continente asiático	0,5%	-	0,2%	0,3%
Arábia Saudita	0,3%	0,5%	0,2%	-
Iémen	0,5%	0,5%	-	-
Líbano	0,3%	0,5%	-	-
Omã	0,3%	-	0,2%	-
Índia	-	0,5%	0,2%	-
Coreia do Sul	-	-	0,4%	-
Filipinas	-	-	0,2%	0,3%
Bangladeche	-	-	-	0,3%
Indonésia	0,3%	-	-	-
<b>Subtotal Continente asiático</b>	<b>8,9%</b>	<b>12,6%</b>	<b>7,4%</b>	<b>8,7%</b>
Angola	2,6%	1,5%	2,0%	0,5%
Moçambique	1,0%	0,5%	0,2%	0,8%
Marrocos	0,3%	1,0%	0,4%	-
Congo	0,3%	0,5%	0,2%	0,3%
Vários países continente africano	-	0,5%	0,2%	0,3%
Argélia	-	-	0,4%	-
Guiné-Bissau	-	1,0%	-	-
Líbia	0,3%	-	-	-
Cabo Verde	0,3%	-	-	-
São Tomé e Príncipe	0,3%	-	-	-
Cameron	0,3%	-	-	-
Quênia	-	-	0,2%	-
Namíbia	-	-	0,2%	-
Zimbabwe	0,3%	-	-	-
<b>Subtotal Continente africano</b>	<b>5,5%</b>	<b>4,9%</b>	<b>4,0%</b>	<b>1,9%</b>
Austrália	0,8%	-	0,2%	0,3%
Nova Zelândia	-	-	0,2%	0,3%
<b>Subtotal Oceânia</b>	<b>0,8%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,4%</b>	<b>0,5%</b>
Vários países	10,5%	14,1%	12,1%	13,0%
Internacional genérico	4,7%	6,8%	3,1%	3,5%
Polo Sul	-	-	0,2%	-
<b>Total</b>	<b>100,0%</b> <b>(382)</b>	<b>100,0%</b> <b>(206)</b>	<b>100,0%</b> <b>(447)</b>	<b>100,0%</b> <b>(369)</b>

Nota: Esta análise integra apenas as peças em que existem referências a países estrangeiros.

**Fig. 3 Subcategorias de fontes de informação principais, por serviço de programas (2016)**

<b>Fontes</b>	<b>Telejornal (RTP1)</b>	<b>Jornal 2 (RTP2)</b>	<b>Jornal da Noite (SIC)</b>	<b>Jornal das 8 (TVI)</b>
Governo	9,3%	10,3%	7,4%	5,6%
Partidos políticos da oposição parlamentar	4,7%	6,2%	3,5%	2,6%
Presidência da República	3,3%	4,7%	3,3%	3,4%
Governo e/ou partido do Governo + partido(s) da oposição	2,1%	4,4%	1,9%	1,4%
Autarquias	2,1%	2,2%	1,9%	2,3%
Candidaturas presidenciais	1,4%	2,8%	1,6%	1,3%
Anteriores Governos	0,5%	0,9%	0,7%	0,1%
Partido(s) do Governo	0,3%	0,6%	0,7%	0,1%
Ex-Presidentes ou Primeiros-ministros	0,5%	0,6%	0,4%	0,3%
Assembleia da República	0,6%	0,6%	0,3%	0,1%
Organismos de regulação/fiscalização	0,3%	-	0,4%	0,5%
Governos regionais	0,3%	0,3%	0,1%	-
Restantes organismos públicos	-	0,6%	-	0,1%
Partidos políticos regionais da oposição parlamentar	0,2%	-	-	0,1%
Representações diplomáticas	-	-	-	0,3%
<b>Subtotal Política nacional</b>	<b>25,4%</b>	<b>34,3%</b>	<b>22,3%</b>	<b>18,2%</b>
Associações e clubes desportivos	5,6%	-	9,3%	9,1%
Organizações/federações desportivas	4,2%	0,3%	2,9%	1,8%
Associados/grupos de adeptos	1,5%	-	1,3%	1,6%
Restantes fontes da área desporto	0,9%	0,3%	0,7%	0,1%
<b>Subtotal Desporto</b>	<b>12,2%</b>	<b>0,6%</b>	<b>14,2%</b>	<b>12,6%</b>
Artistas e outros criadores	4,2%	10,0%	4,6%	6,0%
Organismos culturais	0,5%	3,4%	1,2%	0,8%
Público de eventos culturais/ atividades de lazer	0,3%	-	1,0%	1,7%
Restantes fontes da área cultura	0,6%	0,6%	0,4%	0,4%
<b>Subtotal Cultura</b>	<b>5,6%</b>	<b>14,0%</b>	<b>7,2%</b>	<b>8,7%</b>
Forças de segurança	3,5%	1,9%	4,8%	5,5%
Bombeiros/Proteção Civil	2,0%	1,2%	1,4%	2,6%
Testemunhas	0,8%	0,9%	0,9%	1,4%
Vítimas	0,3%	0,6%	0,7%	0,1%
Suspeitos de crimes e atos ilícitos	-	-	0,3%	-
<b>Subtotal Ordem interna</b>	<b>6,5%</b>	<b>4,7%</b>	<b>8,1%</b>	<b>9,6%</b>
Órgãos de comunicação social	6,0%	3,1%	8,0%	8,1%
Comentadores/especialistas	0,5%	0,6%	0,4%	0,1%
Empresas de telecomunicações ou de serviços eletrónicos	-	0,3%	0,6%	0,4%
<b>Subtotal Comunicação</b>	<b>6,5%</b>	<b>4,0%</b>	<b>9,0%</b>	<b>8,6%</b>
Representantes de Estado e de Governos estrangeiros	4,2%	7,2%	4,1%	2,5%
Partidos políticos estrangeiros	1,8%	2,2%	1,9%	1,2%
Organizações internacionais	2,3%	2,5%	0,4%	0,7%
Restantes fontes da área comunidade internacional	0,6%	0,6%	0,3%	-
Grupos armados	0,2%	-	-	-
<b>Subtotal Comunidade internacional</b>	<b>9,0%</b>	<b>12,5%</b>	<b>6,7%</b>	<b>4,3%</b>

Moradores/habitantes	2,3%	1,2%	0,7%	2,6%
Adultos	1,1%	0,3%	1,0%	1,7%
Família	0,5%	-	1,3%	1,7%
Outros movimentos cívicos/humanitários	1,1%	1,2%	0,9%	0,7%
Turistas	0,3%	-	0,1%	1,6%
Manifestantes	0,2%	-	0,9%	0,5%
Figuras públicas e "celebridades"	0,3%	0,3%	0,1%	0,4%
Jovens	0,3%	-	0,3%	-
Idosos	-	-	0,3%	0,3%
Crianças	-	-	0,1%	0,4%
Correntes de opinião/expressão que incitem ao racismo/xenofobia/ódio	0,2%	0,3%	-	-
Restantes fontes da área sociedade	-	-	0,1%	-
<b>Subtotal Sociedade</b>	<b>6,0%</b>	<b>3,4%</b>	<b>5,9%</b>	<b>9,8%</b>
Grandes empresas e grupos económicos	1,2%	0,3%	2,0%	1,6%
Pequenas e médias empresas e empresários em nome individual	0,3%	-	1,3%	2,9%
Organizações económico-financeiras	1,4%	1,6%	1,2%	1,2%
Associações empresariais	0,8%	0,9%	0,6%	0,4%
Consumidores	0,3%	-	0,1%	0,7%
Banco de Portugal	0,3%	-	0,1%	0,3%
Restantes fontes da área economia, finanças e negócios	0,2%	0,3%	0,1%	0,3%
Ordem do Técnicos Oficiais de Contas	0,2%	-	-	0,1%
<b>Subtotal Economia, finanças e negócios</b>	<b>4,5%</b>	<b>3,1%</b>	<b>5,5%</b>	<b>7,3%</b>
Representantes de Estado e de Governo dos países-membros	2,4%	2,5%	3,6%	1,4%
Instituições da UE	2,3%	3,4%	1,9%	1,0%
Partidos políticos dos países-membros	0,3%	1,2%	0,1%	-
Restantes fontes da área comunidade europeia	0,2%	0,3%	-	-
Eurodeputados nacionais	-	-	-	0,1%
<b>Subtotal Comunidade europeia</b>	<b>5,1%</b>	<b>7,5%</b>	<b>5,6%</b>	<b>2,6%</b>
Advogados	1,1%	0,6%	1,2%	1,6%
Ministério Público	0,6%	-	1,3%	1,2%
Órgãos Jurisdicionais/STJ	0,9%	0,3%	0,4%	0,7%
Procuradoria-Geral da República	0,5%	0,3%	0,9%	0,3%
Envolvidos em processos judiciais	0,3%	0,3%	0,4%	0,7%
Detidos/reclusos	0,3%	-	-	0,4%
Provedoria da Justiça	0,2%	-	-	-
Serviços prisionais	-	-	-	0,1%
<b>Subtotal Sistema judicial</b>	<b>3,8%</b>	<b>1,6%</b>	<b>4,2%</b>	<b>4,8%</b>
Serviços de saúde	1,8%	0,3%	1,2%	1,4%
Médicos/técnicos de saúde especializados na área	1,7%	0,9%	0,4%	1,6%
Segurança social/instituições de apoio e solidariedade social	0,6%	1,2%	0,1%	0,5%
Farmácias/indústria farmacêutica	0,5%	0,6%	0,3%	0,1%
Beneficiários, utilizadores e associações de utentes	0,3%	-	0,1%	0,5%

Ordem dos Médicos	0,2%	0,3%	0,1%	0,1%
Ordem dos Farmacêuticos	-	-	0,1%	-
Restantes fontes da área saúde e ação social	-	-	-	0,1%
<b>Subtotal Saúde e ação social</b>	<b>5,0%</b>	<b>3,4%</b>	<b>2,5%</b>	<b>4,4%</b>
Organismos científicos e de I&D	1,7%	1,2%	1,0%	2,1%
Técnicos e especialistas	1,1%	0,6%	0,4%	0,5%
Ordem dos Biólogos	-	0,3%	-	-
Restantes fontes da área ciência e tecnologia	-	-	-	0,1%
<b>Subtotal Ciência e tecnologia</b>	<b>2,7%</b>	<b>2,2%</b>	<b>1,4%</b>	<b>2,7%</b>
Representações sindicais	1,7%	2,2%	1,0%	1,0%
Trabalhadores	0,8%	0,6%	0,3%	0,9%
Restantes fontes da área relações laborais	0,2%	-	-	-
<b>Subtotal Relações laborais</b>	<b>2,6%</b>	<b>2,8%</b>	<b>1,3%</b>	<b>2,0%</b>
Instituições religiosas	1,1%	2,2%	2,0%	0,8%
Crentes	0,2%	-	0,1%	0,1%
<b>Subtotal Crença e religião</b>	<b>1,2%</b>	<b>2,2%</b>	<b>2,2%</b>	<b>0,9%</b>
Emigrantes e descendentes	0,9%	1,2%	0,7%	0,4%
Imigrantes e descendentes	0,3%	-	0,6%	-
Serviço de Estrangeiros e Fronteiras ou equivalentes internacionais	0,2%	-	-	0,1%
Refugiados	-	-	0,1%	0,1%
<b>Subtotal População</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,2%</b>	<b>1,4%</b>	<b>0,7%</b>
Forças Armadas	1,2%	0,9%	0,7%	0,8%
Restantes fontes da área defesa	-	-	0,1%	-
<b>Subtotal Defesa</b>	<b>1,2%</b>	<b>0,9%</b>	<b>0,9%</b>	<b>0,8%</b>
Empresas de infraestruturas e transporte	0,3%	0,3%	0,7%	1,0%
Técnicos e especialistas na área de infraestruturas e transportes	0,2%	-	0,1%	0,1%
Utentes dos serviços de infraestruturas e transportes	-	0,3%	-	-
<b>Subtotal Urbanismo</b>	<b>0,5%</b>	<b>0,6%</b>	<b>0,9%</b>	<b>1,2%</b>
Instituições escolares	0,3%	0,3%	0,1%	0,3%
Associações de pais e encarregados de educação	0,3%	-	-	0,3%
Instituições do ensino superior	-	0,3%	-	-
Associações estudantis	0,2%	-	-	-
<b>Subtotal Educação</b>	<b>0,8%</b>	<b>0,6%</b>	<b>0,1%</b>	<b>0,5%</b>
Técnicos e especialistas na área do ambiente	-	-	0,6%	0,1%
Associações ambientalistas/conservação da natureza	0,2%	0,3%	-	-
Restantes fontes da área ambiente	0,2%	-	-	-
<b>Subtotal Ambiente</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,6%</b>	<b>0,1%</b>
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
	<b>(665)</b>	<b>(321)</b>	<b>(691)</b>	<b>(769)</b>

Nota: Esta análise integra apenas as peças com fontes de informação atribuídas. Não se consideram as peças com registo *comentário/opinião, debate*, sorteio de Euromilhões e blocos meteorológicos.



**Fig. 4 Subcategorias de atores principais, por serviço de programas (2016)**

<b>Atores</b>	<b>Telejornal (RTP1)</b>	<b>Jornal 2 (RTP2)</b>	<b>Jornal da Noite (SIC)</b>	<b>Jornal das 8 (TVI)</b>
Presidente da República	3,8%	5,2%	3,5%	3,0%
Ministros	4,7%	5,2%	3,1%	2,2%
Primeiro-ministro	3,2%	4,9%	3,7%	2,6%
Secretários-gerais e presidentes dos partidos	3,2%	3,5%	1,8%	1,7%
Cabeça de lista/candidato	1,8%	3,5%	2,3%	1,7%
Presidentes de autarquias	1,8%	1,2%	0,9%	1,6%
Deputados e líderes parlamentares	1,4%	2,0%	0,9%	0,6%
Ex-membros do Governo nacional	0,8%	1,5%	1,0%	0,4%
Governo e/ou partido do Governo + partido(s) da oposição	0,8%	1,7%	0,6%	0,6%
Ex-Primeiros-ministros	0,5%	0,6%	1,0%	0,1%
Outros representantes de autarquias	0,2%	0,6%	0,6%	0,6%
Secretários de Estado	0,6%	0,6%	0,1%	0,5%
Representantes de organismos de regulação/fiscalização	0,6%	0,3%	0,6%	0,3%
Ex-Presidente da República	0,3%	0,6%	0,6%	0,3%
Vários partidos políticos da oposição	0,3%	0,3%	0,4%	0,1%
Militantes e membros político-partidários	-	0,6%	0,4%	0,1%
Notáveis e históricos do partido	0,2%	0,6%	0,1%	0,1%
Presidente do Governo regional da RAM	0,2%	0,3%	0,1%	-
Ex-membros de Governos da RAM	0,2%	-	0,1%	0,1%
Representantes dos restantes organismos públicos	-	0,3%	0,1%	0,1%
Eurodeputados	-	-	0,1%	0,3%
Restantes atores da área política nacional	0,3%	0,3%	-	-
Deputados e líderes parlamentares regionais	0,2%	-	-	0,1%
Presidente do Governo regional da RAA	-	-	0,1%	-
<b>Subtotal Política nacional</b>	<b>24,7%</b>	<b>33,7%</b>	<b>22,3%</b>	<b>17,2%</b>
Atletas e técnicos desportivos	14,7%	0,6%	14,2%	14,9%
Dirigentes desportivos	1,5%	-	2,4%	1,7%
Massa associativa e adeptos	0,9%	-	1,1%	1,2%
Restantes atores da área desporto	0,2%	-	0,4%	0,1%
<b>Subtotal Desporto</b>	<b>17,3%</b>	<b>0,6%</b>	<b>18,2%</b>	<b>17,9%</b>
Suspeitos de crimes e atos ilícitos	3,0%	0,6%	6,4%	5,6%
Vítimas	1,7%	0,9%	2,8%	2,7%
Representantes de forças de segurança	1,2%	0,6%	1,0%	2,6%
Representantes dos bombeiros e Proteção Civil	1,7%	0,9%	1,1%	1,8%
Testemunhas	0,8%	0,9%	0,6%	1,2%
<b>Subtotal Ordem interna</b>	<b>8,3%</b>	<b>3,8%</b>	<b>11,9%</b>	<b>13,9%</b>
Representantes de Estado e de Governo estrangeiros	3,3%	7,3%	4,5%	2,1%
Representantes de partidos políticos estrangeiros	3,6%	3,8%	3,8%	3,2%
Restantes atores da área comunidade internacional	0,9%	2,0%	0,7%	0,8%
Representantes de organizações internacionais	1,4%	0,9%	0,4%	0,1%
Membros de grupos armados	0,8%	0,6%	0,1%	0,3%

<b>Subtotal Comunidade internacional</b>	<b>10,0%</b>	<b>14,5%</b>	<b>9,6%</b>	<b>6,5%</b>
Artistas e outros criadores	6,1%	11,6%	6,8%	8,3%
Representantes de organismos culturais	0,3%	2,6%	0,6%	0,5%
Público de eventos culturais/ atividades de lazer	0,5%	-	0,7%	0,9%
Restantes atores da área cultura	-	0,6%	-	-
<b>Subtotal Cultura</b>	<b>6,8%</b>	<b>14,8%</b>	<b>8,1%</b>	<b>9,7%</b>
Moradores/habitantes	2,0%	1,2%	0,7%	1,9%
Representantes de outros movimentos cívicos/humanitários	1,1%	1,5%	1,0%	0,9%
Cidadãos comuns adultos	0,5%	0,3%	0,9%	1,2%
Familiares	0,8%	-	0,1%	0,8%
Figuras públicas e "celebridades"	0,2%	-	0,6%	0,6%
Turistas	0,2%	-	-	1,2%
Manifestantes	0,2%	0,3%	0,4%	0,6%
Cidadãos comuns crianças	0,2%	0,3%	0,3%	0,6%
Cidadãos comuns jovens	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%
Restantes atores da área sociedade	-	-	0,4%	-
Representantes de correntes de opinião que incitam ao racismo/xenofobia/ódio	0,2%	0,3%	-	-
Cidadãos comuns idosos	-	-	-	0,1%
<b>Subtotal Sociedade</b>	<b>5,2%</b>	<b>4,1%</b>	<b>4,7%</b>	<b>8,3%</b>
Grandes empresários	1,5%	1,2%	2,6%	1,8%
Pequenos e médios empresários e empresários em nome individual	0,5%	-	0,7%	2,5%
Representantes de organismos económico-financeiros	1,1%	0,9%	0,9%	1,0%
Representantes de associações empresariais	0,6%	1,2%	0,6%	0,3%
Consumidores	0,6%	-	0,3%	0,8%
Restantes atores da área economia, finanças e negócios	0,3%	0,6%	0,3%	0,3%
Representantes da Ordem dos Técnicos Oficiais de Contas	0,2%	-	-	0,1%
Governador/representantes do Banco de Portugal	0,2%	-	-	-
<b>Subtotal Economia, finanças e negócios</b>	<b>4,8%</b>	<b>3,8%</b>	<b>5,2%</b>	<b>6,7%</b>
Representantes de Estado e de Governo dos países-membros	2,6%	2,0%	3,4%	1,9%
Representantes de organizações da UE	1,2%	2,9%	1,3%	0,6%
Representantes de partidos políticos dos países-membros	0,9%	2,6%	0,4%	0,1%
Restantes atores da área comunidade europeia	0,3%	0,3%	0,4%	0,1%
Presidente da Comissão Europeia	0,2%	0,6%	0,3%	0,1%
<b>Subtotal Comunidade europeia</b>	<b>5,2%</b>	<b>8,4%</b>	<b>5,8%</b>	<b>3,0%</b>
Responsáveis do sistema de saúde e ação social	1,7%	0,6%	0,6%	1,2%
Médicos e técnicos especializados da área	1,4%	0,9%	0,6%	0,9%
Beneficiários, utilizadores e associações de utentes	0,3%	-	0,3%	1,2%
Representantes de instituições de apoio social	0,3%	0,6%	-	0,4%
Restantes atores da área saúde e ação social	0,2%	-	-	0,4%
Representantes da Ordem dos Médicos	-	0,3%	0,1%	0,1%

Representantes da Ordem dos Farmacêuticos	-	-	0,1%	-
<b>Subtotal Saúde e ação social</b>	<b>3,8%</b>	<b>2,3%</b>	<b>1,7%</b>	<b>4,1%</b>
Envolvidos em processos judiciais	1,1%	0,3%	1,3%	2,1%
Advogados	0,2%	-	0,3%	0,6%
Juízes	0,2%	-	0,4%	0,4%
Detidos/reclusos	0,5%	0,3%	-	0,3%
Restantes atores da área sistema judicial	0,3%	0,3%	-	0,1%
Procurador-Geral da República/outros representantes	-	-	0,1%	0,1%
Magistrados do Ministério Público	-	-	0,1%	0,1%
Funcionários prisionais	-	-	0,1%	-
Provedor de Justiça	0,2%	-	-	-
<b>Subtotal Sistema judicial</b>	<b>2,3%</b>	<b>0,9%</b>	<b>2,4%</b>	<b>3,8%</b>
Representantes sindicais	2,0%	2,0%	0,7%	0,8%
Trabalhadores/desempregados	1,1%	0,3%	0,4%	0,9%
<b>Subtotal Relações laborais</b>	<b>3,0%</b>	<b>2,3%</b>	<b>1,1%</b>	<b>1,7%</b>
Emigrantes e descendentes	0,9%	1,2%	0,7%	0,5%
Refugiados	0,6%	1,2%	0,3%	0,4%
Imigrantes e descendentes	0,5%	-	0,6%	-
Representantes do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras ou equivalentes internacionais	0,2%	-	-	-
<b>Subtotal População</b>	<b>2,1%</b>	<b>2,3%</b>	<b>1,6%</b>	<b>0,9%</b>
Líderes religiosos	0,6%	1,7%	1,6%	0,8%
Membros de igrejas e confissões religiosas	0,5%	0,3%	0,4%	-
Crentes	-	-	0,1%	0,4%
<b>Subtotal Crença e religião</b>	<b>1,1%</b>	<b>2,0%</b>	<b>2,1%</b>	<b>1,2%</b>
Jornalistas, técnicos e profissionais de comunicação	0,5%	1,2%	0,6%	0,8%
Responsáveis por órgãos de comunicação social	0,2%	0,3%	0,4%	0,3%
Representantes de empresas de telecomunicações ou serviços eletrónicos	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%
Comentadores/especialistas	0,2%	0,3%	0,3%	-
<b>Subtotal Comunicação</b>	<b>0,9%</b>	<b>2,0%</b>	<b>1,6%</b>	<b>1,3%</b>
Representantes de organismos científicos e de I&D	0,6%	0,6%	0,7%	1,0%
Especialistas, técnicos e cientistas	1,1%	1,2%	0,3%	0,4%
<b>Subtotal Ciência e tecnologia</b>	<b>1,7%</b>	<b>1,7%</b>	<b>1,0%</b>	<b>1,4%</b>
Oficiais	0,8%	0,6%	0,7%	0,6%
Soldados, aviadores e marinheiros	0,3%	-	-	0,4%
Restantes atores da área defesa	0,2%	-	0,1%	0,1%
<b>Subtotal Defesa</b>	<b>1,2%</b>	<b>0,6%</b>	<b>0,9%</b>	<b>1,2%</b>
Dirigentes de empresas de infraestruturas e transportes	0,2%	0,6%	0,9%	0,6%
Funcionários de empresas de infraestruturas e transportes	0,3%	0,6%	-	0,3%
Técnicos e especialistas na área de infraestruturas e transportes	0,2%	-	0,1%	0,1%
<b>Subtotal Urbanismo</b>	<b>0,6%</b>	<b>1,2%</b>	<b>1,0%</b>	<b>1,0%</b>
Estudantes, representantes de associações estudantis	0,5%	0,3%	-	0,3%
Representantes de organismos de educação	-	0,3%	0,1%	-

Pais e encarregados de educação	0,2%	-	0,1%	-
<b>Subtotal Educação</b>	<b>0,6%</b>	<b>0,6%</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,3%</b>
Técnicos e especialistas na área do ambiente	-	-	0,4%	-
Representantes de associações ambientalistas/conservação da natureza	0,2%	0,3%	-	-
Restantes atores da área ambiente	0,2%	-	0,1%	-
<b>Subtotal Ambiente</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,6%</b>	<b>-</b>
Cidadãos portadores de deficiência	0,2%	-	-	-
<b>Subtotal Grupos minoritários</b>	<b>0,2%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
	<b>(660)</b>	<b>(330)</b>	<b>(672)</b>	<b>(708)</b>

Nota: Esta análise integra apenas as peças em que se identificam atores.

## ANEXO IV – INDICADOR DE DIVERSIDADE POR EDIÇÃO

A abordagem dos *temas dominantes*, do *enfoque geográfico*, dos *atores principais* e das *fontes de informação dominantes* pelos serviços de programas está, muitas vezes, sujeita à própria realidade social. Os acontecimentos e problemáticas emergem no quotidiano de uma sociedade, o que significa que os resultados deste tipo de análise podem variar com o passar do tempo, sendo por vezes mais pluralistas, e outras vezes focados unicamente em determinados eventos.

Tendo como objetivo conhecer a diversidade temática, geográfica, dos atores e das fontes dos serviços noticiosos analisados durante o ano de 2016, criou-se o indicador *diversidade por edição* que pretende avaliar individualmente estes aspetos relativamente a cada uma das 30 edições que compõem a amostra dos quatro noticiários.

A título de exemplo, o indicador referente à *diversidade temática por edição* consiste na contagem do número de *temas dominantes* abordados em cada edição dividido pelo número total de edições, tendo como resultado uma média dos temas abordados por edição.

Este indicador é acompanhado por outros dois: a *dispersão absoluta* (desvio-padrão) e a *dispersão relativa* (coeficiente de variação), considerados essenciais para conhecer quanto se afastam os dados em relação à média. Trata-se de medidas que avaliam a variação e, por conseguinte, acompanham e caracterizam a média, sendo pertinentes para avaliar a diversidade. Em termos estatísticos, se o coeficiente de variação for elevado (> 50,0%), pode pôr em causa a utilização da média como uma boa medida de tendência central.

É importante salientar que os dados obtidos a partir de indicadores de análise são uma aproximação à realidade, devendo ser sempre acompanhados de outros dados complementares. Do mesmo modo, os resultados gerados pelo indicador *diversidade por edição* são-no com base nas edições analisadas, e portanto, de carácter descritivo.

### DIVERSIDADE TEMÁTICA PRINCIPAL POR EDIÇÃO

Em 2016, os noticiários de horário nobre dos canais em sinal aberto apresentam, em média, entre nove e dez temas por edição, com exceção do “Jornal 2” da RTP2, cuja média se situa nos seis temas.

**Fig. 1 Diversidade do tema principal, por edição, segundo o serviço noticioso (2016)**

Canal/Programa	Média/Edição	Desvio-padrão	Coefficiente de variação
RTP1/Telejornal	9,4	1,7	18,3%
RTP2/Jornal 2	5,9	1,5	24,9%
SIC/Jornal da Noite	10,0	3,1	30,9%
TVI/Jornal das 8	9,7	2,5	26,3%

Nota: São consideradas 21 grandes categorias de tema principal.

O menor número de temas abordados por edição no noticiário da RTP2 está relacionado com o tempo deste bloco informativo, assim como o tempo das suas peças. O “Jornal 2” apresenta, em média, noticiários de aproximadamente 30 minutos, mas as peças são tendencialmente mais longas.

Peças informativas sobre *política nacional e internacional* dominam na maioria das edições dos noticiários de horário nobre. As notícias sobre *desporto* são mais comuns no “Telejornal” da RTP1, no “Jornal da Noite” da SIC, e no “Jornal das 8” da TVI.

Por seu lado, o “Jornal 2” emite mais peças sobre *cultura e política europeia* por comparação com os restantes serviços noticiosos.

Na maioria das edições do “Jornal das 8” observa-se a presença de notícias de *ordem interna*.

Em 2016, não foram registadas peças sobre *grupos minoritários* enquanto *tema dominante* nos noticiários.

Constata-se que a diversidade dos temas das peças informativas varia consoante os eventos do ano, sendo por vezes mais ampla e outras vezes mais focada em assuntos particulares.

De entre as edições analisadas, as menos diversas são dominadas por acontecimentos da atualidade que a seguir se elencam e que condicionam a diversidade temática:

A conquista da equipa do Benfica do Campeonato Nacional de Futebol da Primeira Divisão a 15 de maio, após vencer o Nacional da Madeira. O “Jornal da Noite” e o “Jornal das 8” transmitem várias notícias relacionadas com o campeonato, muitas delas sobre as celebrações dos adeptos, ocupando 98,0 % e 96,0 % do tempo do noticiário, respetivamente. O “Telejornal” também destaca este acontecimento [60,0 % do tempo da edição], mas alternando com outros temas durante a sua emissão. Por seu turno, o “Jornal 2” ocupa menos tempo com esta ocorrência, tendo como consequência uma edição mais diversa no que respeita aos temas tratados.

O ataque terrorista em Nice, França, a 14 de julho, é destacado nos diferentes noticiários no dia seguinte. O “Jornal 2” apresenta a menor diversidade temática, tendo dedicado 62,0 % do tempo do noticiário a este acontecimento. O “Jornal das 8”, apesar de destacar o atentado, apresenta notícias sobre diferentes temáticas. Por seu lado, a *RTP1* dedicou 70,0 % do tempo às notícias diretamente relacionadas com o acontecimento. Já na *SIC*, as peças sobre o atentado em Nice ocupam 49,0 % do tempo da edição.

Os incêndios em diferentes pontos do país no dia 8 de agosto são objeto de transmissões em direto desde o local afetado pela maioria dos serviços noticiosos, com exceção do “Jornal 2”. Este noticiário dedica 31,0 % do tempo da edição aos incêndios em Portugal. É no “Jornal da Noite” que este tema ocupa a maioria do tempo da edição (64,0 %).

O fim da sobretaxa do IRS, de forma faseada a partir de 2017, marca a maioria dos noticiários nas edições de 8 de outubro. O tema é alvo de especulações, as quais levam o primeiro-ministro, António Costa, a prestar esclarecimentos, e diversos partidos a pronunciar-se sobre as alterações fiscais.

A morte do líder da revolução cubana, Fidel Castro, é notícia na edição de 26 de novembro dos noticiários, com declarações de diversas figuras públicas importantes, nacionais e internacionais, e imagens de arquivo com relatos sobre a vida do ex-Presidente cubano. O “Jornal da Noite” da *SIC* é o noticiário que mais tempo da edição dedica ao acontecimento (52,0 %). Por seu lado, a *RTP2* consagra o mesmo número de peças para assinalar a morte de Fidel Castro e um ano de Governo de António Costa, mas ocupa muito mais tempo de edição com a segunda ocorrência (52,0 %, enquanto a morte do líder histórico cubano ocupa 26,0 %).

#### **DIVERSIDADE DO ENFOQUE GEOGRÁFICO NACIONAL POR EDIÇÃO**

Em 2016, os serviços noticiosos que apresentam maior diversidade geográfica a partir dos assuntos tratados em cada edição, são, por ordem decrescente, o “Jornal das 8” (cinco regiões por edição), o “Jornal da Noite” (quatro regiões por edição), o “Telejornal” (quatro regiões por edição) e o “Jornal 2” (duas regiões por edição).

**Fig. 2 Diversidade do enfoque geográfico nacional, por edição, segundo o serviço noticioso (2016)**

Canal/Programa	Média/Edição	Desvio-padrão	Coefficiente de variação
RTP1/Telejornal	4,0	1,4	34,1%
RTP2/Jornal 2	2,4	1,2	52,0%
SIC/Jornal da Noite	4,2	1,5	35,7%
TVI/Jornal das 8	5,4	1,7	31,5%

Nota: São consideradas nove categorias de análise: Norte, Grande Porto, Centro, Grande Lisboa, Alentejo, Algarve, Região Autónoma da Madeira e Região Autónoma dos Açores, várias regiões de Portugal.

Os assuntos que têm como enfoque geográfico a *Grande Lisboa* destacam-se nas edições de todos os noticiários. O *Norte* e o *Grande Porto* são outras regiões com grande destaque nos quatro serviços noticiosos.

Em 2016 não se regista nenhuma peça sobre o *Algarve* nas edições analisadas do noticiário da RTP2.

Tanto o “Jornal da Noite” como o “Jornal das 8” apresentam diversas peças que consideram *várias regiões de Portugal*.

As regiões com menor presença nos noticiários são: *Algarve*, *Alentejo*, a *Região Autónoma da Madeira* e a *Região Autónoma dos Açores*.

Considerando os eventos importantes que destacam cada região em 2016, temos que:

Na *Grande Lisboa*, o Benfica ganha o Campeonato Nacional de Futebol ao vencer o Nacional de Madeira. Durante a emissão de 15 de maio, a maioria dos noticiários transmitem o evento desde o Estádio da Luz, bem como na Praça do Marquês de Pombal com as celebrações dos adeptos.

A região *Norte* destaca-se nas edições de 20 de agosto com o Festival Paredes de Coura. Os noticiários, em direto desde Viana de Castelo, noticiam o próprio festival, nomeadamente o surto de gastroenterite que afetou mais de 100 participantes. Esta região também obtém destaque, com exceção do “Jornal 2”, nas edições de 20 de outubro com o caso de Pedro Dias, o principal suspeito pela morte de duas pessoas, cobrindo as operações de busca em Vila Real.

Os incêndios que afetaram diversas localidades no *Centro*, especificamente em Águeda, Gouveia, Guarda, Nelas e Pampilhosa, são notícia nas edições de 8 de agosto.

As agressões ao jovem Rúben, em Ponte de Sor, alegadamente pelos filhos do embaixador iraquiano em Portugal, é o evento destacado na região do *Alentejo* nos quatro serviços noticiosos no dia 20 de agosto.

O *Algarve* destaca-se, nas edições de 3 de março, pelo caso do jovem Rodrigo Lapa, estava desaparecido, e depois encontrado morto em Portimão.

Na *Região Autónoma dos Açores*, a passagem do furacão Alex no dia 14 de janeiro, é o acontecimento destacado nas edições analisadas.

Os incêndios no Funchal evidenciam a *Região Autónoma da Madeira*, nas edições de 8 de agosto e de 20 de agosto.

#### **DIVERSIDADE DO ENFOQUE GEOGRÁFICO INTERNACIONAL POR EDIÇÃO**

Em 2016, os serviços noticiosos de horário nobre apresentam, em média, entre três e quatro assuntos relativos a outros países por edição.

**Fig. 3 Diversidade do enfoque geográfico internacional, por edição, segundo o serviço noticioso (2016)**

Canal/Programas	Média/Edição	Desvio-padrão	Coefficiente de variação
RTP1/Telejornal	3,8	0,9	24,8%
RTP2/Jornal 2	2,7	0,9	33,2%
SIC/Jornal da Noite	3,7	1,1	31,1%
TVI/Jornal das 8	3,5	1,0	27,5%

Nota: São consideradas oito categorias de análise: continente europeu, continente americano, continente asiático, Oceânia, continente africano, vários países, Polo Norte e Polo Sul.

Os assuntos relacionados com os países do *continente europeu* têm maior destaque nos quatro noticiários analisados. O *continente americano* corresponde à segunda categoria com maior proeminência. Já os países do *continente africano* e da *Oceânia* são apenas ocasionalmente referidos nos noticiários.

O “Jornal da Noite” e o “Jornal das 8” não apresentam na edição de 15 de maio nenhuma notícia sobre assuntos internacionais. Neste dia, ambos noticiários focam-se no jogo do Campeonato Nacional da Primeira Divisão de futebol entre o Benfica e o Nacional da Madeira.

Observa-se que, em cada continente, determinados países têm maior destaque. Apresenta-se, de seguida, os acontecimentos e países destacados nas edições analisadas em 2016:

No *continente europeu*, a França é alvo de notícias, particularmente em duas edições. A primeira, 3 de julho, com o jogo do Campeonato da Europa de futebol, entre a Islândia e a França no Stade de France, em Saint-Denis, e a visita dos jogadores da seleção portuguesa a Marcoussis, entre outras notícias ligadas ao campeonato. A segunda, no dia 15 de julho, com o atentado em Nice a ser a notícia principal nos noticiários.

Cuba destaca-se no *continente americano* nas edições de 26 de novembro, com a morte do líder da revolução cubana Fidel Castro. Também os Jogos Olímpicos na cidade do Rio de Janeiro, no Brasil, são noticiados em várias edições durante o ano. Os Estados Unidos da América são destacados em várias edições devido às eleições presidenciais e a vitória do candidato republicano, Donald Trump.

O *continente asiático* evidencia-se, ao longo do ano, com peças relacionadas com a guerra na Síria.

Nas edições analisadas em 2016 encontram-se praticamente ausentes dos alinhamentos os acontecimentos com enfoque geográfico na *Oceânia* ou no *continente africano*, com algumas exceções para Angola que aparece associada a temas de *política nacional e internacional*, e Austrália com notícias de *ordem interna e desporto*.

#### **DIVERSIDADE DAS ÁREAS DE FONTES DOMINANTES POR EDIÇÃO**

Em 2016, os noticiários de horário nobre apresentam, em média, dez a 11 fontes por edição, com exceção do “Jornal 2” da RTP2 que regista uma média de seis fontes por edição, o que não pode ser dissociado, como já foi referido, do facto de este noticiário apresentar blocos informativos de aproximadamente 30 minutos e peças tendencialmente mais longas.

**Fig. 4 Diversidade das áreas de fontes dominantes, por edição, segundo o serviço noticioso (2016)**

Canal/Programa	Média/Edição	Desvio-padrão	Coefficiente de variação
RTP1/Telejornal	9,8	1,7	17,4%
RTP2/Jornal 2	6,0	1,4	23,2%
SIC/Jornal da Noite	9,6	2,4	24,7%
TVI/Jornal das 8	10,5	2,3	22,3%

Nota: São consideradas 20 grandes categorias de fonte principal.



As fontes da *política nacional* dominam a maioria das edições dos noticiários da *RTP1*, *RTP2* e *SIC*, sendo que na *TVI* são mais significativas as fontes da *ordem interna*, com as fontes da *política nacional* a ocuparem o terceiro lugar. Na *RTP1* e na *SIC*, as fontes da ordem interna surgem em quarto e terceiro lugar, respetivamente.

As fontes ligadas ao *desporto* encontram-se em segundo lugar na maioria das edições da *RTP1*, *SIC* e *TVI*, sendo, de novo, a exceção a *RTP2* que privilegia a *cultura*.

Já na *RTP2*, as fontes que surgem em terceiro e quarto lugar são provenientes da *comunidade internacional* e *comunidade europeia*, respetivamente, apresentando o *desporto* valores residuais.

A *diversidade de fontes* que dominam as peças informativas varia consoante os acontecimentos do ano e tem normalmente uma relação direta com as temáticas dominantes. A menor *diversidade de fontes* regista-se nas seguintes edições:

A 15 de maio, edição é dominada pela conquista do Benfica do Campeonato Nacional de Futebol, com uma predominância absoluta de fontes da categoria *desporto*, nomeadamente *associados/grupos de adeptos* e técnicos como Rui Vitória, e Jorge Jesus. No caso da *SIC*, que dedica toda a edição ao tema, o predomínio das fontes vai para *associados/grupos de adeptos* do Benfica e *atletas/técnicos desportivos*.

As edições de 15 de julho são dominadas pelo atentado terrorista em Nice decorrido no dia anterior. As fontes concentram-se nos *representantes de Estado e de Governo estrangeiros*: Charles Michel (primeiro-ministro belga), Angela Merkel (chanceler alemã), Vladimir Putin (presidente da Rússia), Barack Obama (presidente dos EUA), Mariano Rajoy (presidente do Governo espanhol), Theresa May (primeira-ministra do Reino Unido), François Hollande (presidente francês) e Manuel Valls (primeiro-ministro francês). Na *política nacional*, sobressaem António Costa (primeiro-ministro), Marcelo Rebelo de Sousa (presidente de Portugal) e Jorge Sampaio (ex-presidente). As testemunhas têm um peso semelhante aos *representantes de Estado e Governo estrangeiros*. Neste dia, a *RTP1* apresenta uma maior *diversidade de fontes*, relativamente aos outros noticiários, apesar de dedicar grande parte do tempo de edição ao atentado do dia anterior em Nice.

Em 8 agosto os serviços noticiosos concentram-se no tema dos *incêndios* que assolavam o país. As fontes privilegiadas em todos os canais são *bombeiros/proteção civil*. A *RTP2* nesta edição, mostra uma *diversidade de fontes* superior à média dos outros blocos informativos, ainda que a edição seja dominada pelo tema dos *incêndios*.

Nas edições de 26 de novembro, os noticiários destacam a morte de Fidel Castro. As fontes privilegiadas são *representantes de Estado e de Governos estrangeiros*: Nicolas Maduro (presidente da Venezuela), Barack Obama (presidente dos EUA), Bashar Al-Assad (presidente da Síria), Xi Jinping (presidente Chinês), Raul Castro (presidente de Cuba) e Donald Trump (presidente eleito dos EUA). *Seguem-se manifestantes*, nomeadamente cubanos exilados nos EUA. Na *política nacional*, as fontes privilegiadas são Jerónimo de Sousa (secretário-geral do PCP), Marcelo Rebelo de Sousa (presidente), Jorge Sampaio (ex-presidente da República Portuguesa) e Augusto Santos Silva (ministro dos negócios estrangeiros).

#### **DIVERSIDADE DE ÁREAS DE PERTENÇA DE ATORES PRINCIPAIS POR EDIÇÃO**

Em 2016, os noticiários de horário nobre apresentam, em média, nove atores por edição, com exceção do “Jornal 2” da *RTP2* que tem uma média de seis atores, número que deve ser ponderado com as características próprias daquele serviço noticioso anteriormente referidas.

**Fig. 5 Diversidade das áreas de pertença de atores principais, por edição, segundo o serviço noticioso (2016)**

Canal/Programa	Média/Edição	Desvio-padrão	Coefficiente de variação
RTP1/Telejornal	9,2	1,8	19,9%
RTP2/Jornal 2	5,9	1,4	23,4%
SIC/Jornal da Noite	8,8	2,4	26,9%
TVI/Jornal das 8	9,6	2,6	27,1%

Nota: São consideradas 20 grandes categorias de ator principal.

Os atores na categoria de *política nacional* e *desporto* predominam na maioria das edições dos blocos informativos. No caso da TVI a *ordem interna* e o *desporto* têm uma maior expressão. A RTP2, por outro lado, apresenta características distintas, registando uma preponderância dos atores da *cultura e comunidade internacional*.

A presença menos diversa de atores nas peças informativas tem frequentemente uma relação direta com os eventos que dominam a atualidade. Destacam-se algumas edições onde a diversidade esteve abaixo da média apurada para o conjunto de edições que constituem a amostra:

As edições de 15 de maio, são dominadas pela final do Campeonato Nacional de Futebol e, em particular, pela vitória do Benfica, com uma predominância absoluta de atores do *desporto*, com exceção da RTP2. Trata-se, sobretudo, de *adeptos e massa associativa* do Benfica e de *atletas e técnicos desportivos*, com maior visibilidade de Rui Vitória, treinador do SLB.

A 15 de julho, o atentado em Nice decorrido no dia anterior é o tema predominante em todas as edições, com a RTP1 a dedicar-lhe 70,0 % do tempo de edição, a RTP2 62,0 %, a SIC 49,0 % e a TVI 62,0 %. Sobressaem as declarações de *testemunhas* do atentado e de vários líderes políticos, pelo que os atores mais presentes nestas edições são, para além destes, as vítimas sobre as quais recaíram as homenagens dos diversos *representantes de Estado e de Governos estrangeiros*.

A 8 de agosto, os incêndios em Gouveia, Águeda, Barcelos, Esposende, Vale de Cambra, Rossas, Arouca, Silves, Funchal e Barcelos é o evento mais noticiado. Nas diversas edições, destacam-seos *representantes dos bombeiros e Proteção Civil* e o ministro do ambiente, João Matos Fernandes.

A 26 de novembro, as edições dos quatro canais evidenciam a morte de Fidel Castro, tendo a RTP1 dedicado 45,0 % do tempo de edição ao tema, a SIC 52,0 %, e a TVI 45,0 %. O ator mais proeminente nas edições da RTP1, SIC e TVI é o próprio Fidel Castro.

## ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

### 1. NOTA INTRODUTÓRIA

#### 1.1. OBJETIVOS

A Lei da Televisão, n.º 27/2007, de 30 de julho, posteriormente alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, doravante LTSAP) introduziu deveres no que se refere à divulgação da programação a emitir pelos seus serviços de programas. Esses deveres constam do artigo 29.º, sob a epígrafe *Anúncio da programação* e sujeitam-se a eles todos os operadores de televisão sob jurisdição portuguesa.

Nos termos do n.º 1 do referido artigo 29.º, da LTSAP, «[o]s operadores devem informar, com razoável antecedência e de forma adequada ao conhecimento pelo público, sobre o conteúdo e alinhamento da programação dos serviços de programas televisivos de que sejam responsáveis».

Ainda de acordo com o n.º 2 do mesmo dispositivo legal, a «programação anunciada, assim como a sua duração prevista e horário de emissão, apenas pode ser alterada pelo operador de televisão com uma antecedência superior a quarenta e oito horas».

No presente relatório avalia-se o desempenho dos operadores televisivos nesta matéria, em 2016. Foram avaliados os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, *RTP1*, *RTP2*, *SIC* e *TVI*, em amostras semanais que recaíram sobre todos os meses do ano, e ainda amostras pontuais dos serviços de programas temáticos, *SPORT TV 2*, *SPORT TV 4*, *Canal 180*, *Porto Canal*, *TV Séries*, *Cinemundo*, *SIC Caras*, *A Bola TV* e *Canal Panda*.

#### 1.2. METODOLOGIA E CRITÉRIOS

Durante o ano de 2016, os serviços da ERC efetuaram o confronto entre a programação anunciada pelos operadores e a emissão com o objetivo de verificar o cumprimento do artigo 29.º da LTSAP. Refira-se que os operadores enviam à ERC as respetivas grelhas de programação, as quais são igualmente divulgadas nos sítios oficiais e na imprensa, com 48 horas de antecedência.

Neste acompanhamento, são verificadas pela ERC as situações de desvios da programação anunciada que se traduzem nas seguintes ocorrências:

- Programas emitidos antes do horário anunciado e/ou programas emitidos depois do horário anunciado;
- Programas anunciados e não emitidos e/ou programas emitidos e não anunciados.

Os casos de desvios dos horários de programas inferiores ou iguais a três minutos e os programas com duração total igual ou inferior a cinco minutos não foram considerados para efeitos desta verificação.

Ao longo de 2016, esta verificação incidiu, de forma regular, sobre os quatro serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, *RTP1*, *RTP2*, *SIC* e *TVI*. A emissão destes quatro serviços foi analisada tendo em conta uma amostra coincidente com uma semana de cada mês, analisadas cumulativamente no final de cada trimestre (cfr. Fig.1).

Fig.1 – Amostra analisada semana/mês em 2016 – RTP1, RTP2, SIC e TVI

Amostra AP 2016	
Meses	Semanas
Janeiro	4 a 10
Fevereiro	8 a 14
Março	21 a 27
Abril	4 a 10
Maio	9 a 15
Junho	20 a 26
Julho	4 a 10
Agosto	8 a 14
Setembro	19 a 25
Outubro	3 a 9
Novembro	14 a 20
Dezembro	19 a 25

Nas análises individuais realizadas foram inicialmente registadas todas as ocorrências verificadas – programas emitidos antes/depois do horário anunciado e programas anunciados e não emitidos/programas emitidos e não anunciados –, tendo-se, posteriormente, procedido a uma análise casuística, de modo a perceber se se encontravam presentes os critérios de exceção definidos no n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, nos termos do qual «[a] obrigação prevista (...) pode ser afastada quando a própria natureza dos acontecimentos transmitidos o justifique, por necessidade de cobertura informativa de ocorrências imprevistas ou em casos de força maior», caso em que as mesmas foram consideradas *justificadas* ao abrigo do referido normativo.

Foram ainda verificados por amostragem, num mês ou numa semana do ano de 2016, os seguintes serviços de programas, todos de âmbito nacional:

- *SPORT TV 2*, temático de desporto, de acesso condicionado;
- *SPORT TV 4*, temático de desporto, de acesso condicionado;
- *Canal 180*, temático de conteúdos criativos e culturais, de acesso não condicionado com assinatura;
- *Porto Canal*, autorizado como temático de informação na região norte, de acesso não condicionado com assinatura, passou a generalista pela Deliberação ERC/2016/217 (AUT-TV), de 21 de setembro;
- *TV Séries*, temático de séries, de acesso condicionado;
- *Cinemundo*, temático de cinema, de acesso não condicionado com assinatura;
- *SIC Caras*, temático de conteúdos de entretenimento e ficção, de acesso não condicionado com assinatura;
- *A Bola TV*, temático de conteúdos relacionados com o desporto, de acesso não condicionado com assinatura;
- *Canal Panda*, temático infantil e juvenil, de acesso não condicionado com assinatura.

## 2. ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO ANUNCIADA

### 2.1. SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS NACIONAIS - RTP1, RTP2, SIC, TVI

Fig.2 – Alterações da programação 2016 (n.º)

Ano 2016	Alterações da programação				
	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Total
Casos (nº)	76	37	5	25	143

Durante o ano 2016, a análise efetuada às emissões dos serviços de programas *RTP1*, *RTP2*, *SIC* e *TVI* registou um total de 143 casos de alterações da programação anunciada, sendo que a maioria das situações registadas ocorreram nos serviços do operador público, com 76 casos, na *RTP1*, e 37 casos, na *RTP2*. A *SIC* e a *TVI* registaram, respetivamente, 5 e 25 ocorrências.

Tendo em conta que o ano de 2016 foi o primeiro ano em que o apuramento das alterações da programação não recaiu sobre a totalidade das emissões dos serviços de programas *RTP1*, *RTP2*, *SIC* e *TVI*, não se comparam os resultados com anos anteriores sob pena de conclusões inverosímeis.

Atendendo à amostra selecionada, melhor identificada na figura 1 supra, as irregularidades apuradas distribuíram-se ao longo de 2016, como segue (Fig.3):

Fig. 3 – Alterações da programação – jan. - dez. 2016

Alterações da programação (n.º)					
Meses	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Total
Janeiro	0	0	0	1	1
Fevereiro	4	0	0	2	6
Março	16	4	0	2	22
Abril	2	0	0	1	3
Maio	2	4	0	2	8
Junho	14	4	0	10	28
Julho	10	6	3	5	24
Agosto	9	18	0	0	27
Setembro	6	1	0	2	9
Outubro	4	0	0	0	4
Novembro	9	0	0	0	9
Dezembro	0	0	2	0	2
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>37</b>	<b>5</b>	<b>25</b>	<b>143</b>



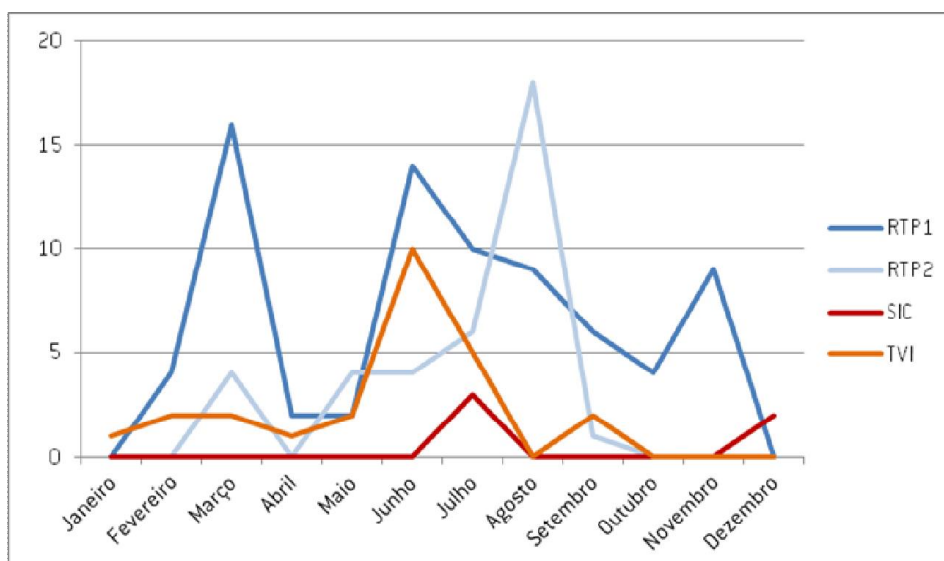
 Resultado mais baixo.  
 Resultado mais alto.

Fig. 4- Alterações da programação – Evolução jan. - dez. 2016



Nas figuras 3 e 4, pode observar-se a distribuição dos casos por meses, de janeiro a dezembro de 2016, tendo-se registado o menor número de casos de alteração da programação no mês de janeiro, com apenas uma situação apurada, e o maior no mês de junho, com um total de 28 situações.

Relativamente aos valores por serviço de programas, os quatro serviços analisados registaram em diferentes meses os valores máximos de ocorrências de alteração da programação, respetivamente, março na *RTP1*, agosto na *RTP2*, julho na *SIC* e junho na *TVI*.

Quanto aos valores mais baixos registados, destaca-se a *SIC* por não se terem registado quaisquer alterações nos meses de janeiro a junho e de agosto a novembro, em face da amostra selecionada para análise.

Os dados apurados por serviço de programas não permitem concluir por um padrão uniformemente seguido, quer no que respeita aos valores máximos registados, quer no que respeita aos valores mínimos registados, não podendo, por isso, ser atribuídos a uma causa geral ou a acontecimentos específicos, estando mais relacionados com a programação de cada serviço em cada momento e a sua abordagem a temas como a informação, o desporto, o entretenimento, entre outros.

De acordo com a metodologia já apresentada, os dados oferecidos nas figuras supra englobam todas as situações de desvios da programação anunciada, quer no que se refere a programas emitidos antes/depois do horário anunciado, quer no que se refere a programas anunciados e não emitidos/ programas emitidos e não anunciados, nos 4 serviços de programas objeto da análise, *RTP 1*, *RTP 2*, *SIC* e *TVI*, durante o ano de 2016, e tendo em conta a amostra selecionada de uma semana/mês.

Deverá esclarecer-se, contudo, que os elevados números registados nos serviços do operador público (*RTP1* e *RTP2*) não consubstanciam, na maioria dos casos, irregularidades face à lei, resultando assim do cumprimento de obrigações relacionadas com a concessão de serviço público de televisão, o qual faz impender sobre este operador deveres específicos de cobertura

informativa cujas situações, em concreto, se encontram quase sempre abrangidas pela exceção do n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

A título de exemplo, e sem excluir, algumas dessas alterações de programação nos serviços do operador público, *RTP1* e *RTP2*, encontram-se diretamente relacionadas com eventos ocorridos no ano em análise, designadamente na área do desporto (EURO 2016 de Futebol, Supertaça Europeia de Futebol, Tour de France de Ciclismo, Jogos Olímpico 2016, Jogos Paralímpicos 2016, Campeonato do Mundo de Futsal, Liga Europeia de Hóquei em Patins, Taça do Mundo de Ginástica Artística e Campeonato da Europa de Atletismo), na área da informação (atentados terroristas em Bruxelas, atualidade política relativa ao “Brexit”, acompanhamento das votações para secretário-geral das Nações Unidas, manifestações dos taxistas contra a plataforma UBER) e na área Galas/Espetáculos (“Festival Eurovisão da Canção”, “Prémios Autores 2016” e “Prémio Jovens Músicos”) e outros eventos comemorativos (ex. cerimónias religiosas como a “Missa de Coroação – XIII Grandes Festas do Divino Espírito Santo”, “Missa de Celebração da Páscoa” e “Cerimónias de Fátima”).

No decorrer do ano em análise, 2016, não foi deliberado pelo Conselho Regulador da ERC a abertura de processos de contraordenação relativos às alterações da programação registadas.

## **2.2. OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS – SPORT TV 2, SPORT TV 4, CANAL 180, PORTO CANAL, CINEMUNDO, SIC CARAS, A BOLA TV, CANAL PANDA E TV SÉRIES.**

Para além das verificações regulares aos serviços de programas de acesso não condicionado livre nacionais, *RTP1*, *RTP2*, *SIC* e *TVI*, em 2016, procedeu-se ainda ao acompanhamento do desempenho dos serviços de programas de âmbito nacional:

- *SPORT TV 2*, temático de desporto, de acesso condicionado, do operador SPORT TV PORTUGAL, S.A.;
- *SPORT TV 4*, temático de desporto, de acesso condicionado, do operador SPORT TV PORTUGAL, S.A.;
- *Canal 180*, temático de conteúdos criativos e culturais, de acesso não condicionado com assinatura, do operador OSTV, Lda.;
- *Porto Canal*, autorizado como temático de informação na região norte, de acesso não condicionado com assinatura, passou a generalista pela Deliberação ERC/2016/217 (AUT-TV), de 21 de setembro, do operador Avenida dos Aliados – Sociedade de Comunicação, S.A.;
- *TV Séries*, temático de séries, de acesso condicionado, do operador NOS LUSOMUNDO TV, S.A.;
- *Cinemundo*, temático de cinema, de acesso não condicionado com assinatura, do operador Cinemundo, Lda.;
- *SIC Caras*, temático de conteúdos de entretenimento e ficção, de acesso não condicionado com assinatura, do operador SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A.;
- *A Bola TV*, temático de conteúdos relacionados com o desporto, de acesso não condicionado com assinatura, do operador VICRA Comunicações, Lda.;
- *Canal Panda*, temático infantil e juvenil, de acesso não condicionado com assinatura, do operador DREAMIA – Serviços de Televisão, S. A..

Esta verificação foi efetuada por amostragem, tendo-se contemplado uma semana ou um mês do ano de 2016, aleatoriamente escrutinadas, como segue (Fig.5).

**Fig.5 – Amostra analisada em 2016 – serviços de programas temáticos**

Amostra AP 2016 (temáticos)		
Serv.prog	Meses	Dias
Sport TV 2	JAN	11 a 17
Sport TV 4	JAN	11 a 17
Canal 180	FEV	1 a 7
Porto Canal	ABR	1 a 30
TV Séries	MAI	2 a 8
Cinemundo	JUL	1 a 31
SIC Caras	SET	1 a 30
A Bola TV	NOV	7 a 13
Canal Panda	DEZ	1 a 31

As análises foram realizadas recorrendo ao visionamento da emissão e comparação da grelha de anúncio enviada pelo operador e recorrendo à aplicação informática que permite a comparação entre o anúncio da programação remetido à ERC, com a antecedência prevista na LTSAP, e a programação efetivamente emitida.

Os casos de desvios dos horários de programas inferiores ou iguais a três minutos e os programas com duração total igual ou inferior a cinco minutos não foram considerados para efeitos desta verificação.

A análise respeitante aos serviços *SPORT TV 2*, *Canal 180*, *Porto Canal* e *TV Séries* foi inserida na análise global efetuada para efeitos da avaliação intercalar das autorizações nos termos dos artigos 23.º e 97.º, n.º3, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido. Com esta avaliação intercalar, a ERC elaborou um relatório relativo ao cumprimento das obrigações e condições a que os operadores se encontram vinculados, nas quais se insere o respeito pelo *anúncio da programação*.

No que respeita ao serviço *SPORT TV 2*, foram registadas 75 desconformidades, contudo, por se tratar de um serviço de programas temático desportivo, com programas com transmissão em direto, cujos tempos de emissão não são da responsabilidade do operador, grande parte das ocorrências registadas enquadra-se no regime de exceção do n.º 3 do referido artigo 29.º, da LTSAP, designadamente na estipulação respeitante à «[...] própria natureza dos acontecimentos transmitidos [...]».

Quanto ao *Canal 180*, foram registadas alterações da programação ao longo de toda a grelha, as quais oscilaram entre os 5 e os 12 minutos, tendo ainda sido constatado que o operador construía a grelha de programação em função dos tempos dos programas não atendendo aos tempos reservados aos intervalos. Desta forma, a análise concluiu pelo não cumprimento do artigo 29.º da LTSAP na semana analisada e o Conselho Regulador da ERC determinou a sensibilização do operador para a conformação das grelhas de anúncio da programação, que devem ter presente o tempo reservado à publicidade.

Na sequência da análise efetuada ao serviço de programas *Porto Canal*, e aplicados os critérios definidos, registaram-se 12 alterações na programação, com desvios entre os 6 e os 30 minutos. Constatou-se que as alterações registadas resultaram maioritariamente de transmissões em direto, cujos tempos não são da responsabilidade do operador, pelo que a generalidade das ocorrências registadas, no mês de abril de 2016 (mês da amostra), foram justificadas ao abrigo das exceções do artigo 29.º da LTSAP.



No que se refere ao serviço de programas *TV Séries*, não foram registadas alterações da programação ao longo da semana analisada, pelo que este serviço deu cumprimento ao disposto no artigo 29.º da LTSAP.

As análises efetuadas aos restantes serviços de programas, *SPORT TV 4*, *Cinemundo*, *SIC Caras*, *A Bola TV* e *Canal Panda*, foram realizadas no âmbito das fiscalizações ordinárias levadas a cabo pelos serviços da ERC, nos termos das tarefas previamente definidas para cada ano, tendo a ERC arquivado todos os procedimentos.

Assim, quanto à *SPORT TV 4*, foram apuradas 6 inconformidades, mas por se tratar de situações relativas a transmissões desportivas em direto, a maioria foi justificada ao abrigo das exceções do artigo 29.º da LTSAP.

O serviço *Cinemundo* contou 50 situações de inconformidade verificadas, sendo que, à exceção de uma situação, todas as restantes resultaram da emissão do programa não previsto “Cine Flash”. De salientar que o referido programa é um programa de curta duração, não anunciado pelo operador por ser utilizado para acerto da emissão, não tendo implicações na entrada dos restantes programas anunciados, motivo por que foram relevadas as ocorrências e arquivado o respetivo procedimento.

No que se refere à *SIC Caras*, da análise resultaram 14 situações de inconformidade em face das grelhas de programação remetidas à ERC, tendo-se justificado todos os casos ao abrigo do n.º 3, do artigo 29.º, da LTSAP, pois que as mesmas se ficaram a dever à maior duração de transmissões em direto, cuja responsabilidade não pode ser atribuída ao operador.

Quanto aos serviços *A Bola TV* e *Canal Panda*, não registaram quaisquer alterações à programação, pelo que se concluiu por um forte cumprimento pelos referidos serviços das normas legais em matéria de *anúncio da programação*.

### **3. ANÁLISE DOS CASOS DE ALTERAÇÃO DA PROGRAMAÇÃO**

De acordo com n.º 1 do artigo 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, os operadores que exercem a atividade televisiva têm o dever de informar, com razoável antecedência e de forma adequada ao conhecimento pelo público, sobre o conteúdo e alinhamento da programação nos serviços de programas que disponibilizam. Não obstante, a esse dever poderão sobrepor-se exigências relacionadas com a própria natureza dos eventos transmitidos, ou com a necessidade de cobertura informativa de ocorrências imprevistas, ou designados casos de força maior, inseridas na liberdade editorial e dever de informação que a Lei igualmente acautela.

Face a essa obrigação, os operadores deverão comunicar com a devida regularidade à ERC as alterações da programação anunciada e as circunstâncias em que estas ocorreram para que possam ser devidamente avaliadas e, eventualmente, justificadas face às exceções previstas no n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido. Assim, pese embora um serviço de programas possa ter-se desviado várias vezes da sua programação inicial (aquela que comunicou à ERC e ao público em geral), o mesmo não significa *a priori* que tais alterações não tenham uma justificação que se enquadre na norma de exceção.

De acordo com as verificações mensais efetuadas nos serviços de programas *RTP1*, *RTP2*, *SIC* e *TVI*, ao longo dos doze meses de 2016, e tendo em conta a amostra selecionada, correspondente a uma semana/mês, registou-se um total de 143 situações de alteração da

programação, as quais, após análise dos motivos que lhes estiveram na base, foram tidas como justificadas por enquadráveis nas exceções consagradas na lei ou, em casos especiais, relevadas pelo Conselho Regulador da ERC pela sua inexpressividade na análise geral e programação subsequente. As situações relevadas foram identificadas e comunicadas aos operadores, e estes instados ao escrupuloso cumprimento dos normativos legais aplicáveis.

No caso dos dois canais de serviço público, *RTP1* e *RTP2*, as alterações decorreram, em grande parte, do cumprimento das obrigações contidas no Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão (CCSPTv).

Foi ainda possível identificar as causas mais frequentes das ocorrências consideradas justificadas nos 4 serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre no âmbito das análises efetuadas em 2016, as quais não têm mostrado grandes oscilações ao longo dos anos anteriormente analisados, bem como se verificam de uma forma geral em todos os quatro serviços, a saber:

- Necessidade de cobertura informativa imediata de factos ou comunicações de interesse público;
- Manifestações desportivas, eventos civis, religiosos e outros, transmitidas em direto, cuja duração não é da responsabilidade do operador;
- Problemas técnicos suscetíveis de causar perturbações na continuidade da emissão.

No sentido inverso, as justificações apresentadas pelos operadores que não se enquadram nas exceções consagradas na lei e que não legitimam as alterações de programação delas decorrentes têm, na maioria dos casos, origem em “erro humano”, em opções deliberadamente tomadas a nível editorial e em alegados problemas técnicos não comprovados e/ou impossíveis de confirmar com recurso ao visionamento da emissão.

## PUBLICIDADE TELEVISIVA

### 1. NOTAS INTRODUTÓRIAS

#### 1.1. ENQUADRAMENTO LEGAL

Os deveres dos operadores de televisão relativamente ao tempo reservado à publicidade televisiva e televenda, nos seus serviços de programas, encontram a sua consagração no artigo 40.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, retificada pela Declaração de Retificação n.º 82/2007, e alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, e Lei n.º 40/2014, de 9 de julho (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, doravante LTSAP) e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho.

O n.º 2 do artigo 40.º exclui da contagem do tempo reservado à publicidade «[...] as autopromoções, as telepromoções e os blocos de televendas, bem como a produção de produtos conexos, ainda que não sejam próprios, diretamente relacionados com os programas dos operadores televisivos».

Deve ainda ter-se presente o disposto no artigo 41.º-C, designadamente que «[o] tempo de emissão destinado à identificação do patrocínio, colocação de produto e de ajuda à produção, bem como o destinado à difusão de mensagens que digam respeito a serviços públicos ou fins de interesse público e apelos de teor humanitário transmitidos gratuitamente no serviço de programas televisivos ou de serviços audiovisuais a pedido, não está sujeito a qualquer limitação».

A fim de delimitar com rigor o objeto da análise, foram retirados desta contabilização o tempo dedicado às mensagens mais longas de televendas, os designados blocos de televenda, assim como os tempos de telepromoções, por serem inseridos nos programas.

Procedeu-se igualmente à verificação do cumprimento das diversas regras de identificação e inserção da publicidade dentro dos programas, atento ao estipulado nos artigos 40.º -A e seguintes da LTSAP.

Em matéria de verificação das regras de inserção de publicidade na televisão, foram analisados, no ano de 2016, os serviços de programas e os períodos de emissão que se apresentam no quadro da figura 5.

As análises efetuadas tiveram como fonte a informação da base de dados da *Mediamonitor/MMW* e as gravações das emissões.

### 2. TEMPOS DE PUBLICIDADE E AVALIAÇÃO DO ARTIGO 40.º E SEGUINTE

No âmbito da verificação do cumprimento dos limites de tempo impostos à difusão de mensagens publicitárias nos termos do artigo 40.º da LTSAP, a ERC procede regularmente à análise do volume publicitário emitido por unidade de hora nos serviços de programas.

No âmbito de uma colaboração estreita e regular com os operadores televisivos sujeitos à fiscalização da ERC, estes enviam mensalmente a *listagem das campanhas transmitidas gratuitamente* no seu serviço de programas, contendo, entre outras informações, a identificação das mensagens e os respetivos anunciantes. As listas assim enviadas são essenciais, desde logo, para o apuramento cumulativo do requisito da gratuidade previsto no referido artigo 41.º-C, da LTSAP.

O apuramento para a exclusão ou não das campanhas assim elencadas pelos operadores é realizado, desde agosto de 2015, com base nos critérios adotados por esta Entidade em Parecer aprovado em reunião do Conselho Regulador, de 6 de maio de 2015, face ao pedido apresentado pela *TVI* para clarificação do que se entende por “publicidade televisiva” e campanhas que podem ser objeto de exclusão.

Os operadores foram notificados do parecer sobre o entendimento da ERC relativo às mensagens que deverão ser excluídas para o apuramento do tempo de publicidade, entre maio de 2015 e fevereiro de 2016.

Nesta sequência, os operadores *SIC* e *TVI* manifestaram interesse em reunir com a ERC para análise desta matéria, bem como apresentar as suas observações e dúvidas interpretativas pela apresentação de um documento conjunto denominado “Conceito de publicidade televisiva no direito europeu e português – contributo para a delimitação das mensagens que contam para o limite horário de emissão de publicidade”.

Em 13 de abril de 2016, o Conselho Regulador da ERC aprovou por unanimidade a concessão de um período de adaptação às regras nesta matéria, o qual vigorou até 31 de agosto de 2016.

Em 14 de dezembro de 2016, o Conselho Regulador da ERC aprovou por unanimidade uma *adenda* ao seu parecer anterior, visando-se esclarecer algumas orientações para a monitorização dos tempos de publicidade pelos serviços da ERC, uniformizando-se tal apreciação.

### 3. AVALIAÇÃO DO IMPACTO DOS INTERVALOS NA EMISSÃO NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE

#### 3.1. TEMPO DEDICADO AOS INTERVALOS NA EMISSÃO

Na figura 1, são apresentados os tempos e as respetivas percentagens da emissão ocupada com os intervalos no ano de 2016.

**Fig. 1 – Tempo de emissão e percentagem dedicada aos intervalos (tempos e %) – 2016**

Serviços de programas	Emissão (h)	Intervalos (h)	Intervalos (%)
RTP1	8760	964	11,0%
RTP2	8760	300	3,4%
SIC	8760	1884	21,5%
TVI	8760	1681	19,2%

Fonte: *Mediamonitor/MMW*

A *SIC* registou o valor mais elevado no que respeita ao número de horas preenchidas com espaços de intervalo, que correspondem a 21,5% da emissão do serviço, seguindo-se a *TVI*, com 19,2%. A *RTP1* ocupou uma percentagem inferior, apenas 11,0% da emissão, e a *RTP2* não foi além dos 3,4%.

De referir que os resultados da *RTP1* e da *RTP2* refletem a limitação mais restritiva a que estão sujeitos estes serviços, nos termos impostos pelo n.º 2 da cláusula 23.ª do Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, que prevê que a *RTP1* apenas possa emitir 6 minutos por hora de publicidade comercial e que esta seja totalmente proibida na *RTP2*, pelo que a

composição dos intervalos é predominantemente constituída por autopromoções, patrocínios e publicidade institucional.

### 3.2. TEMPO DEDICADO ÀS DIVERSAS MENSAGENS QUE COMPÕEM OS INTERVALOS – RTP1, SIC E TVI

Realizou-se uma análise global com os tempos das principais comunicações comerciais audiovisuais que não integram a tradicional publicidade televisiva e teleavenda, tendo originado a elaboração de um quadro representativo da composição dos intervalos publicitários, em 2016, conforme demonstrado na figura 2.

**Fig. 2 – Composição dos intervalos (tempos e %) – 2016**

Serviços de programas	Tempo de intervalos (h)	Tempo de autopromoções (h)	Autopromoções nos intervalos (%)	Tempo patrocínios (h)	Patrocínios nos intervalos (%)	Tempo de mensagens gratuitas (h)	Mensagens gratuitas (%)
RTP1	964	229	23,8	41	4,3	118	12,2
SIC	1884	396	21,0	107	5,7	62	3,3
TVI	1681	242	14,4	81	4,8	29	1,7

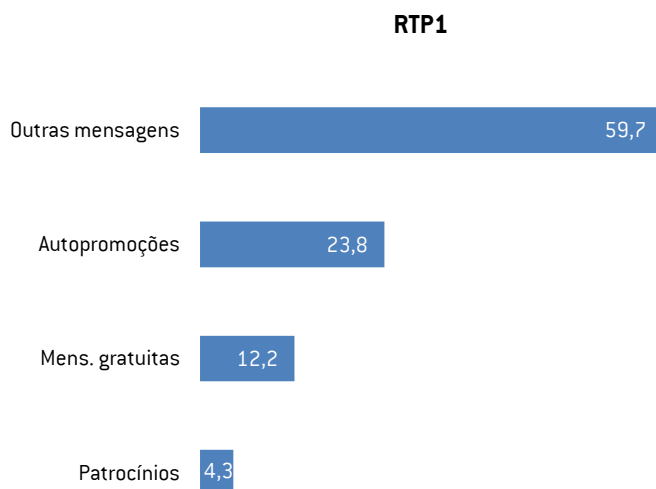
Fonte: Mediamonitor/MMW

Nos três serviços, *RTP1*, *SIC* e *TVI*, as maiores percentagens foram ocupadas pelas autopromoções, com destaque para a *RTP1*, com 23,8%; quanto à apresentação dos patrocínios, a *SIC* ocupa o primeiro lugar com 5,7%, seguida pela *TVI* com 4,8%.

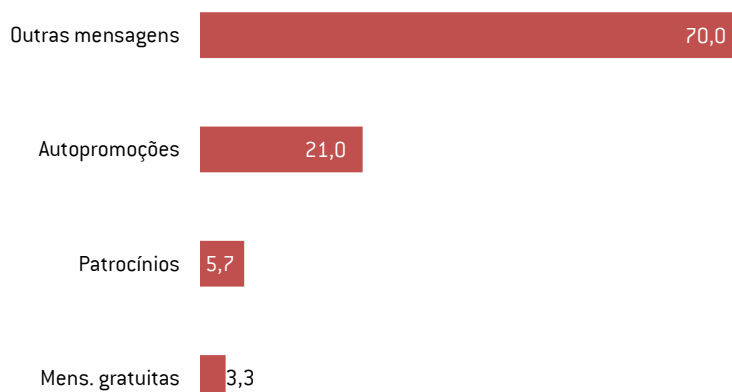
As designadas mensagens gratuitas encontram maior expressão na *RTP1*, o que decorre da sua missão específica de serviço público, sendo que, nos privados, a expressão é diminuta, nomeadamente na *TVI*.

Atendendo a que as mensagens identificadas na figura 2 são objeto de exclusão do tempo reservado à publicidade, por não estarem sujeitas a qualquer limitação, nos termos do artigo 41.º-C, da LTSAP, conclui-se que o tempo de intervalo restante é preenchido com publicidade comercial, sendo a *TVI* o serviço que mais tempo dedica à mesma, logo seguido pela *SIC*.

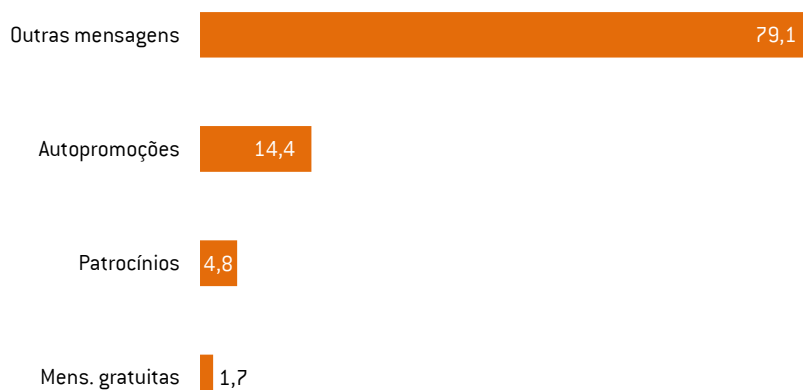
**Fig.3 – Composição dos intervalos (%) - 2016**



### SIC



### TVI



**Fig. 4 - Tempo de emissão e blocos de televenda (tempos e %) – 2016**

Serviços de programas	Emissão (h)	Blocos de televenda (h)	Blocos de televenda (%)
RTP1	8760	511	5,8%
SIC	8760	681	7,8%
TVI	8760	186	2,1%

Fonte: Mediamonitor/MMW

A SIC registou o valor mais elevado no que respeita ao número de horas preenchidas com blocos de televenda, que correspondem a 7,8 % da emissão do serviço, seguindo-se a RTP1 com cerca de 5,8 %. O valor mais baixo foi registado pela TVI, com apenas 2,1 % da emissão.

#### 4. REGRAS DE INSERÇÃO DE PUBLICIDADE NA TELEVISÃO

Tendo como referência as amostras constantes da figura 5, foram verificados determinados princípios relacionados com a colocação de marcas, produtos e serviços nos programas, assim como as obrigações em matéria de sinalética, conforme disposto nos artigos 40.º-A (Identificação e separação), 40.º-B (Inserção), 40.º-C (Telepromoção), 41.º (Patrocínio) e 41.º-A (Colocação de produto e ajuda à produção), da LTSAP.

##### 4.1. AMOSTRA E METODOLOGIA

O universo de análise da presente avaliação recaiu sobre as 24 horas de emissão relativas a toda a programação, em períodos temporais delimitados aleatoriamente (Cf. figura 5), com recurso ao visionamento de gravações das emissões e à informação da base de dados da *Mediamonitor/MMW*.

Fig. 5 – Amostras selecionadas de canais em 2016

Serviços de programas	Mês
SPORT TV4	Janeiro
Canal 180	Março
TV Séries	Maio
Cinemundo	Julho
SIC Caras	Setembro
RTP1	Outubro
A Bola	Novembro
SIC	Novembro
Canal Panda	Dezembro
TVI	Dezembro

Relativamente aos serviços temáticos, verificou-se que as autopromoções ocuparam grande parte do intervalo, tendo o tempo reservado à publicidade uma expressão bastante diminuta.

Registaram-se algumas situações de inobservância ao nível da identificação/sinalética nos programas, designadamente na identificação da colocação de produto, ajudas à produção e patrocínios. No entanto, não se identificaram situações ostensivamente abusivas, sendo de ressalvar o efeito preventivo da sensibilização da ERC na reiteração dos incumprimentos.

Na sequência do acompanhamento e verificação da conformidade das regras supra, procedeu-se à visualização do programa “Querido Mudei a Casa”, transmitido pelo serviço de programas da TVI.

O referido programa contém referências promocionais específicas a várias marcas de natureza claramente promocional, e desse modo direcionadas para a comercialização daqueles bens e serviços, suscetíveis de comprometerem a independência editorial, pelo que se considerou existirem indícios de violação do previsto no artigo 41.º-A, n.ºs 3, 4 e 5, da LTSAP.

Em face do exposto, foi adotada a Deliberação 2016/256 (PUB-TV), aprovada em reunião do Conselho Regulador, de 22 de novembro, tendo originado a abertura de procedimento contraordenacional contra o operador TVI.

Procedeu-se igualmente ao visionamento do programa “Prolongamento”, transmitido pelo serviço de programas *TVI24*, nos dias 7, 14, 21 de março e 23 de maio de 2016, encontrando-se em curso o respetivo processo de contraordenação, pela violação do disposto no artigo 40.º-B, n.º 3, alínea d), da LTSAP.



## ACESSIBILIDADE DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS POR PESSOAS COM NECESSIDADES ESPECIAIS

### 1. NOTA INTRODUTÓRIA

O Plano Plurianual aprovado pela Deliberação 4/2014 (OUT-TV), de 2 de janeiro, que entrou em vigor a 1 de fevereiro de 2014, define o conjunto de obrigações para os operadores de televisão sujeitos à jurisdição nacional em matéria de acessibilidade dos programas televisivos por pessoas com necessidades especiais, com recurso a legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, a interpretação por meio de língua gestual portuguesa e a audiodescrição, para o período de 1 de fevereiro de 2014 a 31 de janeiro de 2017, segmentado em períodos temporais distintos (1 de fevereiro de 2014 a 31 de janeiro de 2015 e 1 de fevereiro de 2015 a 31 de janeiro de 2017).

O referido Plano, estipula obrigações distintas consoante estejamos perante o serviço público de televisão ou os operadores privados e o período temporal.

Assim, para o período que decorreu entre 1 de fevereiro 2015 a 31 de janeiro de 2017, para os serviços públicos de televisão, no que respeita aos seus serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de âmbito nacional (RTP1 e RTP2), entre as 8h00 e as 2h00 e para o serviço de programas de acesso não condicionado com assinatura vocacionado para a área informativa (RTP 3), entre as 19h00 e as 00h00, o Plano Plurianual determina o seguinte:

Fig. 1 – Obrigações do Serviço Público de Televisão – RTP1, RTP2 e RTP3

1 de fev. 2015 a 31 de jan. 2017						
RTP1 - 08/02h			RTP2 - 08/02h			RTP 3 - 19/00h
LEG	LGP	AUD	LEG	LGP	AUD	LGP
16h semanais programas de ficção, documentários ou magazines culturais	6h semanais de programas de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa,  <b>incluindo</b> a interpretação integral de um serviço noticioso noturno com periodicidade semanal	70h anuais de programas de ficção ou documentários	20h semanais programas de ficção, documentários ou magazines culturais	12h semanais de programas de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa,  <b>incluindo</b> a interpretação integral diária de um serviço noticioso noturno (se constar em grelha)	12h anuais de programas de ficção ou documentários	4h semanais de programas de natureza informativa,  <b>incluindo</b> com periodicidade semanal, a Interpretação integral de um dos serviços noticiosos

O plano plurianual, para os serviços de televisão regionais que integram o serviço público, RTP Madeira e RTP Açores, estabelece no período de 1 de fevereiro de 2015 a 31 de janeiro de 2017, no horário entre as 8h00 e as 2h00, para a língua gestual portuguesa as seguintes obrigações:

Fig. 2 – Obrigações do Serviço Público de Televisão – RTP Madeira, RTP Açores

<b>1 de fev. 2015 a 31 de jan. 2017</b>
<b>Regiões Autónomas - RTP Madeira e RTP Açores - 08h/02h</b>
<b>LGP</b>
<b>4h semanais</b> de programas de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa

Para os operadores privados de televisão, com serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de âmbito nacional, o Plano Plurianual determina, entre as 8h00 e as 2h00, no período de 1 de fevereiro de 2015 a 31 de janeiro de 2016 e para o período 1 de fevereiro 2016 a 31 de janeiro de 2017, as obrigações como consta do quadro seguinte:

Fig. 3 – Obrigações dos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de âmbito nacional

1 de fev. 2015 a 31 de jan. 2016		1 de fev. 2016 a 31 de jan. 2017		
SIC e TVI - 08/02h		SIC e TVI - 08/02h		
LEG	LGP	LEG	LGP	AUD
<b>8h semanais</b> de programas de ficção, documentários ou magazines culturais	<b>3h semanais</b> de programas de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa,  <b>incluindo</b> a interpretação integral de <b>um</b> serviço noticioso noturno com periodicidade semanal	<b>16h semanais</b> de programas de ficção, documentários ou magazines culturais	<b>6h semanais</b> de programas de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa,  <b>incluindo</b> a interpretação integral de <b>um</b> serviço noticioso noturno com periodicidade semanal	<b>12h anuais</b> de programas de ficção ou documentários

A estas obrigações acresce para os operadores privados de televisão deveres que se aplicam aos serviços de programas generalistas e temáticos de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional, como consta do quadro seguinte:

Fig. 4 – Obrigações dos serviços de programas generalistas e temáticos de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional

<b>1 de fev. 2015 a 31 de jan. 2016 e 1 de fev. 2016 a 31 jan. 2017</b>
<b>CMTV, SIC Notícias, TVI24 – 19/00h</b>
<b>LGP</b>
<b>2h semanais</b> de programas de natureza informativa  <b>incluindo</b> a interpretação integral de um serviço noticioso com periodicidade semanal

Face à vigência do Plano Plurianual, aprovado pela Deliberação 4/2014 (OUT-TV), de 2 de janeiro de 2014, cujo *terminus* é 31 de janeiro de 2017, nas figuras seguintes, apresentam-se os dados apurados desde 4 de janeiro de 2016 a 31 de janeiro de 2017/56 semanas completas - semanas 1 a 52 do ano 2016, semanas 1 a 4 do ano de 2017 e dois dias (30 e 31<sup>1</sup>) do mês de janeiro de 2017, no serviço de programas nacional *RTP1, RTP2 e RTP3*, no serviço de programas regional, *RTP Madeira e RTP Açores*, do operador Rádio e Televisão de Portugal, e dos operadores privados de televisão, os serviços de programas *SIC, TVI, CMTV, SIC Notícias e TVI 24*, que resultam do apuramento da duração dos programas por géneros e períodos horários, tal como constam nas normas do Plano Plurianual para cada acessibilidade.

As obrigações previstas no Plano Plurianual, para os serviços de programas televisivos, do operador público, generalistas (*RTP1 e RTP2*) e temático (*RTP 3*), mantêm-se iguais, durante o período em análise, ao contrário dos operadores privados de televisão de serviços generalistas (*SIC e TVI*), cujos valores fixados duplicaram, para as acessibilidades de legendagem e língua gestual portuguesa, no período de 1 de fevereiro de 2016 a 31 de janeiro de 2017. Os serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional, temáticos (*SIC Notícias e TVI24*), bem como o generalista (*CMTV*), têm as mesmas obrigações durante todo o período em análise.

## 2. PARTICIPAÇÕES

No ano 2016, deram entrada nesta entidade algumas participações/propostas quer de cidadãos, quer de associações, quer mesmo de órgãos partidários referentes à discriminação em razão da deficiência, relacionadas com a ausência de legendagem e/ou língua gestual portuguesa em determinados serviços de programas ou relacionadas com programas específicos ou mesmo de conteúdos *online*, pelos factos seguintes:

- a) Os telejornais dos serviços de programas contêm declarações e afirmações em línguas estrangeiras e é apenas legendada a informação no ecrã;
- b) A telenovela “Santa Bárbara”, transmitida por esta estação, desde setembro de 2015, com legendas “888”, não apresentou este serviço ativo em meados do mês de abril de 2016;
- c) Dimensão da janela da intérprete de língua gestual portuguesa e reportagem a Paula Teixeira, emitida no “Jornal da Noite”, da TVI, no dia 23 de maio de 2016;
- d) Ausência de legendagem no programa “Masterchef Júnior”, transmitido pela TVI, desde 29 de maio de 2016;
- e) Legendagem de programas informativos em inglês ou a sua emissão em língua estrangeira;
- f) Ausência de acessibilidades na programação relativa ao Campeonato Europeu de Futebol 2016;
- g) Discriminação continuada contra as pessoas com deficiência visual através dos canais de televisão em anúncios publicitários que apelam ao telespetador para «ligar para o número que aparece no ecrã» ou «pelo preço que aparece no ecrã».

As participações supra referidas foram arquivadas, nalguns casos, sensibilizando-se o operador e noutros com fundamento em ausência de disposição legal ou regulamentar que sustente o pedido, bem como na falta de atribuição da ERC quanto à matéria em causa.

---

<sup>1</sup> Estes dois dias – 30 e 31 – ou a semana 5 do ano de 2017, apesar de constarem do presente relatório não foram considerados para efeitos de análise semanal do cumprimento das obrigações do Plano Plurianual, aprovado pela Deliberação 4/2014 (OUT-TV), quanto às acessibilidades de legendagem e língua gestual portuguesa.

### 3. SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

#### 3.1. SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE DE ÂMBITO NACIONAL

Fig. 5- Tempos/semana de programas com legendagem, língua gestual portuguesa e audiodescrição (hh:mm:ss), 4 jan.2016 a 31 jan.2017 - RTP1

2016 e jan. 2017		RTP1 Acessibilidades		
Semanas	Legendagem 16h	Língua Gestual Port. 6h	Audiodescrição 70h	
<b>JANEIRO</b>				
Semana 1	12:11:36	55:28:45	n.a.	
Semana 2	11:01:39	52:48:57	n.a.	
Semana 3	09:21:41	55:42:52	n.a.	
Semana 4	11:16:05	54:17:40	n.a.	
<b>FEVEREIRO</b>				
Semana 5	09:36:51	54:34:11	n.a.	
Semana 6	11:05:28	49:19:30	n.a.	
Semana 7	08:37:45	53:18:45	n.a.	
Semana 8	08:48:05	53:17:46	n.a.	
<b>MARÇO</b>				
Semana 9	09:51:59	53:48:13	n.a.	
Semana 10	06:35:00	48:44:10	n.a.	
Semana 11	06:04:16	50:33:43	n.a.	
Semana 12	12:57:53	41:57:56	01:58:32	
Semana 13	10:41:19	48:04:01	n.a.	
<b>ABRIL</b>				
Semana 14	12:23:27	48:25:15	00:43:23	
Semana 15	08:10:11	50:32:52	n.a.	
Semana 16	09:37:34	52:26:03	00:42:04	
Semana 17	09:42:53	49:52:46	n.a.	
<b>MAIO</b>				
Semana 18	09:30:01	48:07:14	n.a.	
Semana 19	06:31:06	48:35:31	00:42:15	
Semana 20	09:44:38	47:49:34	00:34:45	
Semana 21	07:07:10	44:39:08	n.a.	
<b>JUNHO</b>				
Semana 22	09:52:21	48:22:12	01:13:50	
Semana 23	06:09:52	60:31:29	02:21:16	
Semana 24	02:28:03	49:16:11	n.a.	
Semana 25	06:11:43	50:24:51	n.a.	
Semana 26	04:27:32	49:53:49	n.a.	
<b>JULHO</b>				
Semana 27	03:22:10	38:07:23	n.a.	
Semana 28	03:45:18	46:28:39	n.a.	
Semana 29	03:44:31	45:53:43	n.a.	
Semana 30	02:17:14	26:39:05	n.a.	

AGOSTO			
Semana 31	04:16:27	26:04:15	n.a.
Semana 32	01:20:03	28:00:32	n.a.
Semana 33	n.a.	27:11:30	n.a.
Semana 34	13:11:25	25:34:05	n.a.
SETEMBRO			
Semana 35	11:15:28	27:35:09	n.a.
Semana 36	09:22:44	52:55:19	02:01:43
Semana 37	08:46:16	39:20:30	02:50:12
Semana 38	12:33:43	46:17:39	02:52:36
Semana 39	10:14:32	45:40:30	02:47:28
OUTUBRO			
Semana 40	11:19:57	43:02:50	02:46:09
Semana 41	11:49:50	47:41:31	02:00:53
Semana 42	14:59:24	47:40:05	02:42:24
Semana 43	16:07:12	47:56:04	02:42:40
Semana 44	12:30:16	44:36:08	02:48:40
NOVEMBRO			
Semana 45	12:49:22	47:22:22	02:44:31
Semana 46	15:37:31	47:18:11	02:47:56
Semana 47	15:39:19	46:08:33	05:02:57
Semana 48	12:16:17	46:59:05	03:32:05
DEZEMBRO			
Semana 49	12:54:35	45:06:03	03:49:24
Semana 50	16:09:12	47:46:21	02:48:12
Semana 51	11:48:37	50:24:01	02:53:54
Semana 52	07:27:22	40:06:38	00:46:15
<b>Total</b>	<b>485:44:53</b>	<b>2398:49:35</b>	<b>56:14:04</b>
JANEIRO/2017			
Semana 1	11:02:28	50:38:13	02:51:52
Semana 2	12:00:38	45:22:46	02:42:14
Semana 3	14:12:32	51:06:43	03:38:08
Semana 4	13:06:41	45:50:42	05:34:51
Semana 5 *	3:58:41	14:48:14	01:28:39
<b>Total</b>	<b>54:21:00</b>	<b>207:46:38</b>	<b>16:15:44</b>

Fonte: Mediamonitor/MMW

\* A "semana 5" foi dividida e as obrigações analisadas na proporção, de acordo com o Plano Plurianual que vigorou até 31.01.2017

Valor mínimo

Valor máximo

Fig. 6 – Evolução mensal, 4 jan. 2016 a 31 jan.2017, legendagem e língua gestual portuguesa (hh:mm:ss)- RTP1

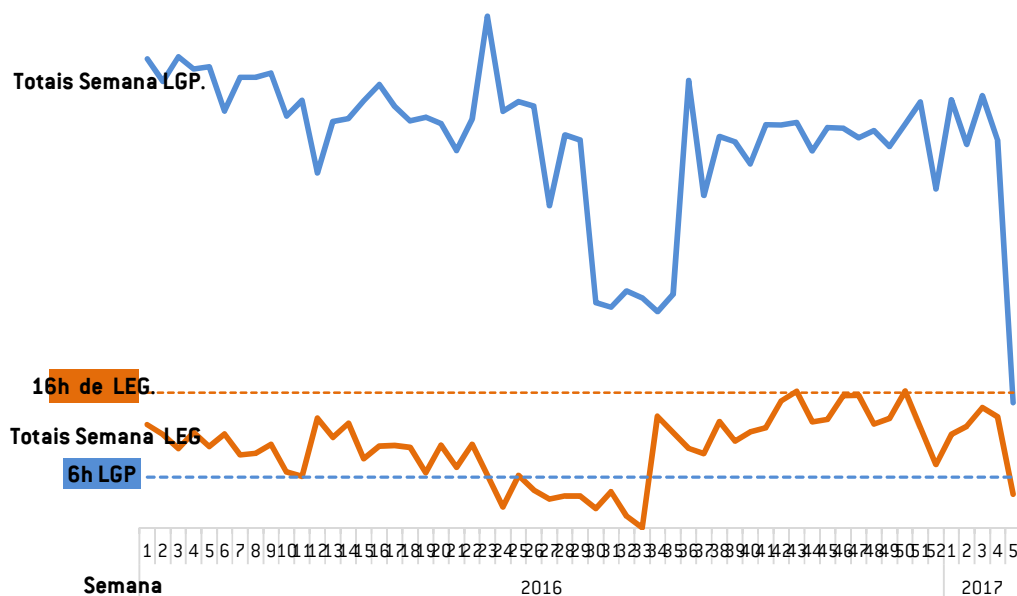


Fig. 7- Tempos/semana de programas com legendagem, língua gestual portuguesa e audiodescrição (hh:mm:ss), 4 jan.2016 a 31 jan. 2017 – RTP2

2016 e jan. 2017		RTP2 Acessibilidades		
Semanas	Legendagem 20h	Língua Gestual Port. 12h	Audiodescrição 12h	
<b>JANEIRO</b>				
Semana 1	31:01:47	11:30:08	n.a.	
Semana 2	32:32:44	10:18:17	00:57:46	
Semana 3	31:54:08	10:47:53	n.a.	
Semana 4	35:20:09	12:01:00	n.a.	
<b>FEVEREIRO</b>				
Semana 5	34:09:21	11:55:56	02:16:57	
Semana 6	31:58:24	11:54:44	n.a.	
Semana 7	36:46:31	12:22:32	n.a.	
Semana 8	36:11:54	13:06:39	n.a.	
<b>MARÇO</b>				
Semana 9	33:01:38	12:28:00	n.a.	
Semana 10	30:08:38	9:40:20	n.a.	
Semana 11	39:37:12	11:38:46	n.a.	
Semana 12	36:43:24	12:37:10	n.a.	
Semana 13	40:07:14	11:59:32	00:46:19	
<b>ABRIL</b>				

Semana 14	33:30:24	12:54:19	03:01:54
Semana 15	34:45:43	12:33:19	01:40:16
Semana 16	30:17:47	11:16:15	02:39:33
Semana 17	29:22:50	11:01:43	n.a.
<b>MAIO</b>			
Semana 18	31:57:25	13:07:55	n.a.
Semana 19	25:57:00	11:40:10	n.a.
Semana 20	26:15:37	12:45:35	n.a.
Semana 21	27:20:17	12:49:16	n.a.
<b>JUNHO</b>			
Semana 22	28:44:13	12:49:36	n.a.
Semana 23	29:42:15	11:59:55	n.a.
Semana 24	27:36:29	12:57:42	n.a.
Semana 25	24:00:23	12:08:32	n.a.
Semana 26	20:07:43	12:22:13	n.a.
<b>JULHO</b>			
Semana 27	20:50:56	07:40:02	n.a.
Semana 28	18:27:07	06:18:24	n.a.
Semana 29	18:23:43	05:27:08	01:37:08
Semana 30	50:33:13	06:00:26	n.a.
<b>AGOSTO</b>			
Semana 31	17:49:10	05:33:32	n.a.
Semana 32	22:17:20	05:34:43	n.a.
Semana 33	22:28:28	05:28:09	n.a.
Semana 34	20:38:47	05:55:48	n.a.
<b>SETEMBRO</b>			
Semana 35	23:33:27	05:25:37	n.a.
Semana 36	12:56:24	05:35:18	n.a.
Semana 37	47:46:05	11:27:07	n.a.
Semana 38	44:48:41	08:09:40	n.a.
Semana 39	47:49:58	12:49:02	n.a.
<b>OUTUBRO</b>			
Semana 40	27:11:29	13:00:08	n.a.
Semana 41	20:36:05	13:10:37	n.a.
Semana 42	30:07:34	12:53:38	n.a.
Semana 43	31:21:19	12:52:50	n.a.
Semana 44	31:21:03	12:46:58	n.a.
<b>NOVEMBRO</b>			
Semana 45	29:27:53	13:29:02	n.a.
Semana 46	30:37:53	13:16:50	n.a.
Semana 47	27:49:07	13:35:38	n.a.
Semana 48	31:55:18	12:09:33	n.a.
<b>DEZEMBRO</b>			
Semana 49	29:10:47	12:25:59	n.a.
Semana 50	29:34:44	12:46:02	n.a.
Semana 51	28:30:47	10:14:59	n.a.
Semana 52	21:15:14	10:00:57	n.a.
<b>Total</b>	<b>1556:33:42</b>	<b>566:55:34</b>	<b>12:59:53</b>
<b>JANEIRO/2017</b>			
Semana 1	45:40:54	11:56:19	n.a.
Semana 2	53:44:26	10:41:17	01:05:06

<b>Semana 3</b>	45:57:59	13:03:15	n.a.
<b>Semana 4</b>	53:14:11	12:38:00	n.a.
<b>Semana 5 *</b>	19:27:57	4:57:50	n.a.
<b>Total</b>	<b>218:05:27</b>	<b>53:16:41</b>	<b>01:05:06</b>

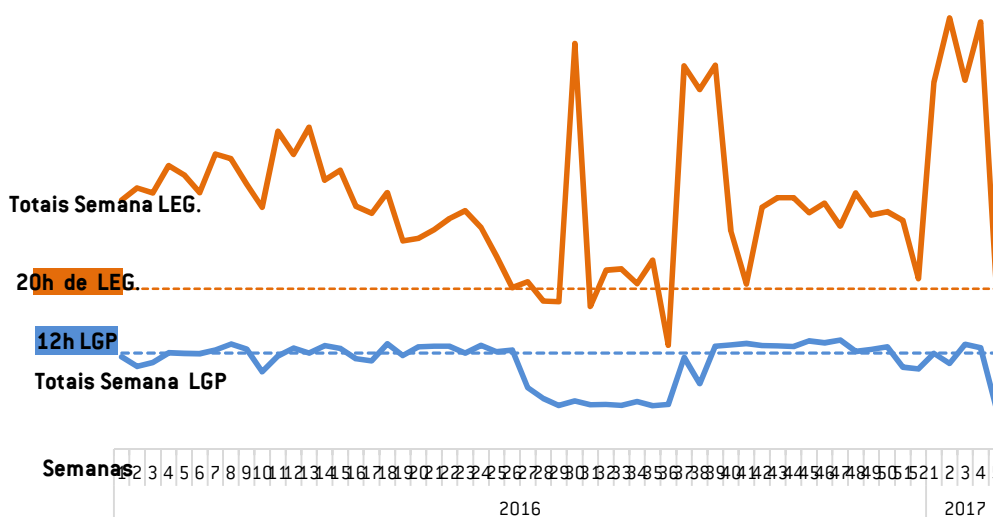
Fonte: Mediamonitor/MMW

\* A "semana 5" foi dividida e as obrigações analisadas na proporção, de acordo com o Plano Plurianual que vigorou até 31.01.2017

Valor mínimo

Valor máximo

Fig. 8 – Evolução mensal, 4 jan.2016 a31 jan.2017, dos tempos de programas com legendagem e língua gestual portuguesa (hh:mm:ss)- RTP2



### 3.1.1. Legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva

No âmbito das obrigações previstas no Plano Plurianual, os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de cobertura nacional, *RTP1* e *RTP2*, deverão garantir no horário compreendido entre as 8h e as 2h, respetivamente, oito e dez horas semanais de programas de ficção, documentários ou magazines culturais com legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, no período de 1 de fevereiro de 2014 a 31 de janeiro de 2015, os quais duplicam para o período entre 1 de fevereiro de 2015 a 31 de janeiro de 2017.

Salienta-se que, por se tratar de programas gravados previamente, os que constam do apuramento integram a designação da legendagem especialmente destinada a pessoas com deficiência auditiva. Já no caso dos programas em direto identifica-se o recurso à legendagem automática.



De acordo com os dados que constam da figura 5, o serviço de programas *RTP1* disponibilizou programas acompanhados de legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, inseridos nos géneros ficção, documentários e magazines culturais, com um volume de horas máximo de 16 horas (semana 50). Na semana 33 não foi transmitido nenhum programa acompanhado desta acessibilidade. O mês de outubro foi o que registou o maior volume de horas, no conjunto das semanas.

Este serviço apenas cumpriu o disposto no Plano Plurianual, de 16 horas, nas semanas 43 e 50.

O serviço de programas *RTP2* registou um volume de horas que variou entre as 12 horas (semana 36 de 2016) e as 53 horas (semana 2 de 2017) de programas com legendagem, incluídos nos géneros previstos no Plano Plurianual.

Nas semanas 13, 30, 37 a 39 de 2016 e na semana 1 a 4 de 2017, este serviço duplicou os valores de referência previstos (Fig.7).

Todavia, este serviço não atingiu o volume de horas mínimo em 4 das 52 semanas analisadas de 2016, nas semanas 28, 29, 31 e 36, pelo que não cumpriu o mínimo de 20 horas, conforme previsto no Plano Plurianual (Fig.7).

### **3.1.2. Língua gestual portuguesa**

De acordo com as obrigações previstas no Plano Plurianual, os serviços de programas *RTP1* e *RTP2* devem garantir no horário compreendido entre as 8h e as 2h, respetivamente, seis e doze horas semanais de programas de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, no período de 1 de fevereiro de 2015 a 31 de janeiro de 2017. A *RTP1* deve ainda incluir, com periodicidade semanal, a interpretação integral de um dos serviços noticiosos do período noturno, bem como a *RTP2*, caso constem da sua grelha de programação, deverá incluir a interpretação integral e diária de um dos serviços noticiosos do período noturno.

No período em análise, a *RTP1* apresentou em todas as semanas valores superiores a 25 horas de tempos de programas com interpretação por meio de língua gestual portuguesa e com máximos registados de 60 horas (semana 23), pelo que, de acordo com o estipulado no Plano Plurianual, o operador não só cumpre como excede em muito o volume de 6 horas aí previsto como valor mínimo de referência (Fig.5), sendo junho o mês que exibiu o maior número de horas com esta acessibilidade (Fig.6).

O serviço de programas *RTP2* apresentou valores máximos de 13 horas de tempos de programas acompanhados de língua gestual portuguesa. No entanto, não cumpriu o volume de 12 horas de programas acompanhados de língua gestual portuguesa, previsto no Plano Plurianual, nas semanas 1 a 3, 5<sup>2</sup>, 6<sup>3</sup>, 10, 11, 13<sup>4</sup>, 16, 17, 19, 23<sup>5</sup>, 27 a 29, 30 a 38, 51 e 52, do ano de 2016, correspondentes aos meses de janeiro a setembro e dezembro, bem como a semana 2, do ano de 2017. Nas restantes

---

<sup>2</sup> Valor próximo das 12h.

<sup>3</sup> Valor próximo das 12h.

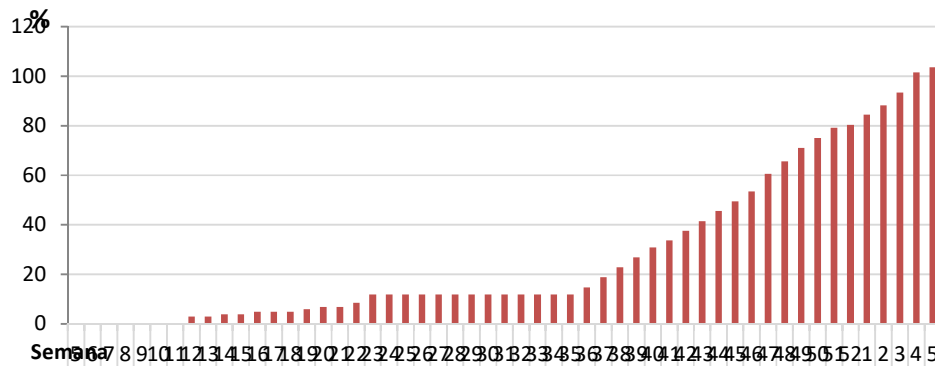
<sup>4</sup> Valor próximo das 12h.

<sup>5</sup> Valor próximo das 12h.

semanas, não só cumpre como excede o volume de 12 horas previsto, com outubro (semana 40 e 41) a registar o máximo de horas (Fig. 7).

### 3.1.3. Audiodescrição

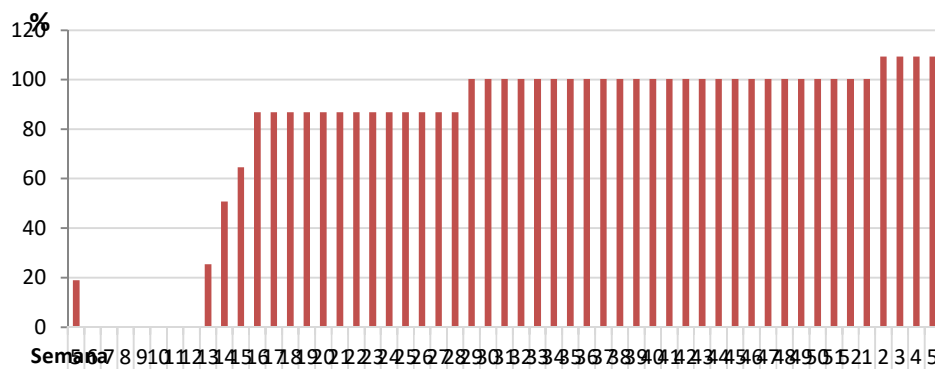
Fig. 9– Evolução anual, 1 fev.2016 a 31 jan.2017, dos tempos de programas com audiodescrição (hh:mm) - RTP1



O serviço de programas RTP1 deverá transmitir no horário compreendido entre as 8h e as 2h, de acordo com o disposto no Plano Plurianual, setenta horas anuais de programas de ficção, documentários ou magazines culturais com audiodescrição, no período de 1 de fevereiro de 2015 a 31 de janeiro de 2017.

No período em análise, nem todas as semanas apresentaram programas acompanhados de audiodescrição. Os valores oscilaram entre cerca de 34 minutos (semana 20) e 5 horas (semana 4 do ano de 2017), com um total de 72 horas de programas acompanhados de audiodescrição (Fig.9), cumprindo o estipulado no Plano Plurianual, sendo janeiro de 2017 o mês que disponibilizou maior número de horas com esta acessibilidade.

Fig. 10– Evolução anual, 1 fev.2016 a 31 jan.2017, dos tempos de programas com audiodescrição (hh:mm) - RTP2



No que diz respeito à RTP2, este serviço de programas deverá transmitir no horário compreendido entre as 8h e as 2h, de acordo com o disposto no Plano Plurianual, doze horas anuais de programas de ficção ou documentários com audiodescrição, no período de 1 de fevereiro de 2015 a 31 de janeiro de 2017.

No período em análise, nem todas as semanas apresentaram programas acompanhados de audiodescrição. Os valores registados variaram entre 46m, na semana 13 e 3 horas (na semana 14), com um total de 13 horas de programas acompanhados de audiodescrição (Fig.10), cumprindo o estipulado no Plano Plurianual, sendo abril o mês que disponibilizou maior número de horas com programas com esta acessibilidade.

### 3.2. SERVIÇO DE PROGRAMAS TEMÁTICO DE ACESSO NÃO CONDICIONADO COM ASSINATURA VOCACIONADO PARA A ÁREA INFORMATIVA

#### 3.2.1. Língua gestual portuguesa

Fig. 11 – Tempo/semana de programas com língua gestual portuguesa (hh:mm:ss) 4 jan.2016 a 31 jan.2017- RTP 3

2016 e jan. 2017		RTP3 Acessibilidades
Semanas	Língua Gestual Port.	4h
<b>JANEIRO</b>		
Semana 1	07:03:39	
Semana 2	04:33:52	
Semana 3	08:52:53	
Semana 4	04:34:55	
<b>FEVEREIRO</b>		
Semana 5	03:39:52	
Semana 6	03:38:09	
Semana 7	04:11:45	
Semana 8	03:37:19	
<b>MARÇO</b>		
Semana 9	04:27:57	
Semana 10	03:40:21	
Semana 11	05:28:21	
Semana 12	03:45:44	
Semana 13	05:05:16	
<b>ABRIL</b>		
Semana 14	05:37:23	
Semana 15	04:25:37	
Semana 16	04:06:06	
Semana 17	04:17:33	
<b>MAIO</b>		
Semana 18	03:28:43	
Semana 19	03:59:07	
Semana 20	02:34:04	
Semana 21	04:51:56	
<b>JUNHO</b>		
Semana 22	04:43:54	
Semana 23	03:55:15	
Semana 24	n.a.	
Semana 25	02:14:37	
Semana 26	01:42:04	

JULHO	
Semana 27	00:24:56
Semana 28	04:17:05
Semana 29	04:30:20
Semana 30	04:33:52
AGOSTO	
Semana 31	04:30:44
Semana 32	04:42:30
Semana 33	04:10:55
Semana 34	04:05:45
SETEMBRO	
Semana 35	04:33:17
Semana 36	04:15:41
Semana 37	03:18:29
Semana 38	04:01:10
Semana 39	03:43:41
OUTUBRO	
Semana 40	03:31:31
Semana 41	07:21:50
Semana 42	03:04:46
Semana 43	04:24:17
Semana 44	03:02:58
NOVEMBRO	
Semana 45	04:22:07
Semana 46	04:03:44
Semana 47	04:54:20
Semana 48	04:02:00
DEZEMBRO	
Semana 49	03:47:02
Semana 50	04:01:01
Semana 51	05:12:30
Semana 52	04:47:43
<b>Total</b>	<b>216:20:36</b>
JANEIRO/2017	
Semana 1	08:13:59
Semana 2	09:15:37
Semana 3	08:59:24
Semana 4	08:37:34
Semana 5*	03:41:51
<b>Total</b>	<b>38:48:25</b>

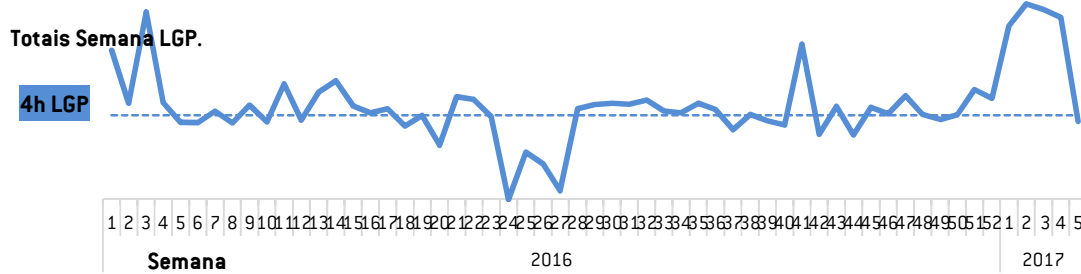
Fonte: Mediamonitor/MMW

\* A "semana 5" foi dividida e as obrigações analisadas na proporção, de acordo com o Plano Plurianual que vigorou até 31.01.2017

Valor mínimo

Valor máximo

Fig. 12 – Evolução mensal, 4 jan. 2016 a 31 jan.2017, dos tempos de programas com língua gestual portuguesa (hh:mm:ss) - RTP3



De acordo com as obrigações previstas no Plano Plurianual, o serviço de programas temático informativo, *RTP 3*, deverá garantir no horário compreendido entre as 19h00 e as 00h00, quatro horas semanais de programas de natureza informativa com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, incluindo, com periodicidade semanal, a interpretação integral e diária de um dos serviços noticiosos, no período de 1 de fevereiro de 2015 a 31 de janeiro de 2017.

No período em análise, o serviço de programas *RTP 3* garantiu, nas semanas 1 a 4, 7, 9, 11, 13 a 17, 21, 22, 28 a 36, 41, 43, 45 a 48, 50 a 52 de 2016, e nas semanas 1 a 4 de 2017, o volume previsto no Plano Plurianual para programas de natureza informativa acompanhados com interpretação por meio de língua gestual portuguesa (Fig.11), com um mínimo de cerca de 25 minutos (semana 27) e um máximo de 9 horas (semana 2 de 2017). Na semana 24, não foi transmitido nenhum programa com interpretação por meio de língua gestual portuguesa.

### 3.3. SERVIÇO DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE DE ÂMBITO REGIONAL

#### 3.3.1. Língua gestual portuguesa

Fig. 13 – Tempo/semana de programas com língua gestual portuguesa (hh:mm:ss) 4 jan.2016 a 31 jan.2017 – RTP Madeira e RTP Açores

2016 e jan. 2017 Acessibilidades	RTP Madeira	RTP Açores
Semanas	Língua Gestual Port.	4h
<b>JANEIRO</b>		
Semana 1	15:41:52	19:47:39
Semana 2	16:10:31	18:25:10
Semana 3	16:02:43	17:23:38
Semana 4	16:10:00	18:32:15
<b>FEVEREIRO</b>		
Semana 5	16:36:58	18:55:58
Semana 6	16:04:58	18:25:34
Semana 7	16:27:12	18:43:05
Semana 8	15:49:53	18:17:57
<b>MARÇO</b>		
Semana 9	16:31:53	18:43:38
Semana 10	17:11:23	19:29:15
Semana 11	12:52:43	15:59:40
Semana 12	16:25:21	18:44:30
Semana 13	15:47:41	18:11:04
<b>ABRIL</b>		
Semana 14	15:21:25	09:18:03
Semana 15	15:01:04	05:35:26
Semana 16	14:59:15	05:29:21
Semana 17	14:45:41	07:17:33
<b>MAIO</b>		
Semana 18	15:06:29	05:47:30
Semana 19	15:01:29	04:38:02
Semana 20	15:01:46	06:14:06
Semana 21	15:25:03	06:28:40
<b>JUNHO</b>		
Semana 22	14:22:52	05:13:04
Semana 23	14:19:20	06:30:35
Semana 24	14:52:04	05:34:15
Semana 25	15:01:30	06:28:40
Semana 26	19:04:59	05:33:09
<b>JULHO</b>		
Semana 27	18:58:30	06:48:00
Semana 28	24:34:46	06:12:48
Semana 29	20:49:42	05:37:55
Semana 30	21:11:48	05:26:08
<b>AGOSTO</b>		
Semana 31	19:56:13	11:11:28

<b>Semana 32</b>	21:45:34	11:05:17
<b>Semana 33</b>	20:19:56	10:50:37
<b>Semana 34</b>	19:36:14	11:03:28
<b>SETEMBRO</b>		
<b>Semana 35</b>	19:27:00	11:55:06
<b>Semana 36</b>	20:20:06	11:35:04
<b>Semana 37</b>	19:12:59	10:50:37
<b>Semana 38</b>	20:50:20	05:28:51
<b>Semana 39</b>	14:23:12	04:20:09
<b>OUTUBRO</b>		
<b>Semana 40</b>	15:10:18	07:00:43
<b>Semana 41</b>	16:09:14	05:41:37
<b>Semana 42</b>	16:15:46	06:44:25
<b>Semana 43</b>	15:10:34	04:32:48
<b>Semana 44</b>	13:44:57	05:35:01
<b>NOVEMBRO</b>		
<b>Semana 45</b>	15:32:08	05:00:26
<b>Semana 46</b>	15:54:11	06:28:47
<b>Semana 47</b>	15:15:07	05:39:49
<b>Semana 48</b>	16:06:46	06:09:25
<b>DEZEMBRO</b>		
<b>Semana 49</b>	18:17:31	07:29:22
<b>Semana 50</b>	14:06:46	05:06:30
<b>Semana 51</b>	16:22:43	07:48:59
<b>Semana 52</b>	14:39:48	08:06:01
<b>JANEIRO/2017</b>		
<b>Semana 1</b>	15:32:10	09:43:09
<b>Semana 2</b>	17:19:24	06:26:59
<b>Semana 3</b>	16:56:59	05:30:13
<b>Semana 4</b>	16:58:55	05:26:48
<b>Semana 5 *</b>	03:22:21	01:47:45
<b>Total</b>	<b>70:09:49</b>	<b>28:54:54</b>

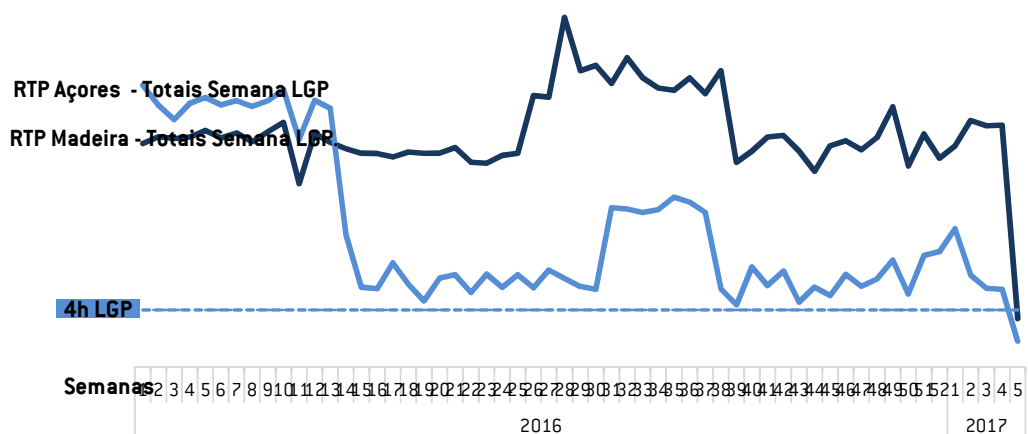
Fonte: Mediamonitor/MMW

\* A "semana 5" foi dividida e as obrigações analisadas na proporção, de acordo com o Plano Plurianual que vigorou até 31.01.2017

Valor mínimo

Valor máximo

Fig. 14 – Evolução mensal, 4 jan.2016 a31 jan.2017, dos tempos de programas com língua gestual portuguesa (hh:mm:ss) - RTP Madeira e RTP Açores



De acordo com as obrigações previstas no Plano Plurianual, os serviços de programas generalista de acesso não condicionado livre de âmbito regional, *RTP Madeira* e *RTP Açores*, deverão garantir no horário compreendido, entre as 08h00 e as 02h00, quatro horas semanais de programas de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa, com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, no período de 1 de fevereiro de 2015 a 31 de janeiro de 2017.

No período em análise, a *RTP Madeira* apresentou em todas as semanas valores superiores a 4 horas de tempos de programas com interpretação por meio de língua gestual portuguesa e com máximos registados de 24 horas (semana 28), pelo que, de acordo com o estipulado no Plano Plurianual, o operador não só cumpre como excede em muito o volume de 4 horas aí previsto como valor mínimo de referência (Figs.13 e 14), sendo setembro o mês que exibiu o maior número de horas com esta acessibilidade.

O serviço de programas *RTP Açores* apresentou valores máximos de 19 horas (semana 1 de 2016) de tempos de programas acompanhados de língua gestual portuguesa, pelo que, de acordo com o estipulado no Plano Plurianual, o operador não só cumpre como excede em muito o volume de 4 horas aí previsto como valor mínimo de referência (Figs.13 e 14), sendo março o mês que exibiu o maior número de horas com esta acessibilidade.



#### 4. OPERADORES PRIVADOS DE TELEVISÃO

##### 4.1. SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE DE ÂMBITO NACIONAL

Fig.15- Tempos/semana de programas com legendagem e língua gestual portuguesa (hh:mm:ss) de 4 a 31 de jan. 2016– SIC

jan. 2016		SIC Acessibilidades	
Semanas	Legendagem 8h	Língua Gestual Port. 3h	
<b>JANEIRO</b>			
Semana 1	19:12:37	11:22:14	
Semana 2	18:00:11	10:24:15	
Semana 3	16:41:26	10:45:56	
Semana 4	18:20:22	12:01:03	

Fonte: Mediamonitor/MMW

Fig.16- Tempos/semana de programas com legendagem, língua gestual portuguesa e audiodescrição (hh:mm:ss) de 1 fev.2016 a 31 jan.2017– SIC

fev. 2016		SIC Acessibilidades		
Semanas	Legendagem 16h	Língua Gestual Port. 6h	Audiodescrição 12h	
<b>FEVEREIRO</b>				
Semana 5	18:52:30	12:01:16	n.a.	
Semana 6	18:22:38	12:04:21	n.a.	
Semana 7	17:48:13	11:45:57	n.a.	
Semana 8	17:00:48	12:35:14	n.a.	
<b>MARÇO</b>				
Semana 9	18:47:03	12:03:00	n.a.	
Semana 10	18:10:07	10:57:26	n.a.	
Semana 11	17:17:19	12:18:13	n.a.	
Semana 12	25:10:42	9:42:25	n.a.	
Semana 13	18:19:46	12:56:57	n.a.	
<b>ABRIL</b>				
Semana 14	18:46:44	11:52:51	n.a.	
Semana 15	18:41:23	12:01:11	n.a.	
Semana 16	18:23:56	12:12:21	n.a.	
Semana 17	22:58:19	09:44:49	n.a.	
<b>MAIO</b>				
Semana 18	15:48:52	11:38:16	n.a.	
Semana 19	17:42:18	12:04:05	n.a.	
Semana 20	18:17:13	11:38:10	n.a.	
Semana 21	15:27:46	12:40:13	n.a.	
<b>JUNHO</b>				
Semana 22	16:49:04	11:58:45	n.a.	
Semana 23	18:01:12	09:45:10	n.a.	
Semana 24	15:04:10	11:59:45	n.a.	
Semana 25	14:18:43	12:47:32	n.a.	
Semana 26	15:42:08	12:12:00	n.a.	

<b>JULHO</b>			
<b>Semana 27</b>	14:36:18	12:09:54	n.a.
<b>Semana 28</b>	15:39:50	11:26:26	n.a.
<b>Semana 29</b>	15:56:43	12:42:42	n.a.
<b>Semana 30</b>	16:29:25	12:02:36	n.a.
<b>AGOSTO</b>			
<b>Semana 31</b>	15:02:16	12:10:07	n.a.
<b>Semana 32</b>	17:43:29	12:05:13	n.a.
<b>Semana 33</b>	15:41:52	10:05:56	n.a.
<b>Semana 34</b>	15:33:56	12:54:46	n.a.
<b>SETEMBRO</b>			
<b>Semana 35</b>	15:52:42	12:07:47	n.a.
<b>Semana 36</b>	18:56:47	10:32:14	n.a.
<b>Semana 37</b>	20:02:29	09:31:54	n.a.
<b>Semana 38</b>	23:35:43	09:46:22	n.a.
<b>Semana 39</b>	17:25:07	10:38:21	n.a.
<b>OUTUBRO</b>			
<b>Semana 40</b>	15:01:01	13:50:41	n.a.
<b>Semana 41</b>	15:44:47	12:01:19	n.a.
<b>Semana 42</b>	15:52:33	11:05:20	n.a.
<b>Semana 43</b>	16:46:52	12:31:28	n.a.
<b>Semana 44</b>	14:18:22	09:25:53	n.a.
<b>NOVEMBRO</b>			
<b>Semana 45</b>	16:32:24	12:02:30	00:45:25
<b>Semana 46</b>	19:01:40	14:19:46	00:44:10
<b>Semana 47</b>	16:46:59	11:06:44	00:44:05
<b>Semana 48</b>	17:22:02	09:40:06	n.a.
<b>DEZEMBRO</b>			
<b>Semana 49</b>	16:24:10	13:48:54	n.a.
<b>Semana 50</b>	16:53:08	12:11:11	n.a.
<b>Semana 51</b>	43:40:06	09:24:00	06:01:42
<b>Semana 52</b>	15:22:32	12:30:39	04:40:47
<b>Total</b>	<b>1008:41:33</b>	<b>662:13:01</b>	<b>12:56:09</b>
<b>JANEIRO 2017</b>			
<b>Semana 1</b>	19:52:21	15:15:49	n.a.
<b>Semana 2</b>	18:14:02	12:42:13	n.a.
<b>Semana 3</b>	17:09:08	11:59:44	n.a.
<b>Semana 4</b>	17:06:52	12:10:46	n.a.
<b>Semana 5</b>	05:50:27	04:18:15	n.a.
<b>Total</b>	<b>78:12:50</b>	<b>56:26:47</b>	<b>00:00:00</b>

Fonte: Mediamonitor/MMW

\* A "semana 5" foi dividida e as obrigações analisadas na proporção, de acordo com o Plano Plurianual que vigorou até 31.01.2017

Valor mínimo

Valor máximo

Fig. 17 – Evolução mensal, de programas com legendagem e língua gestual portuguesa (hh:mm:ss) de 1 fev.2016 a 31 jan.2017– SIC

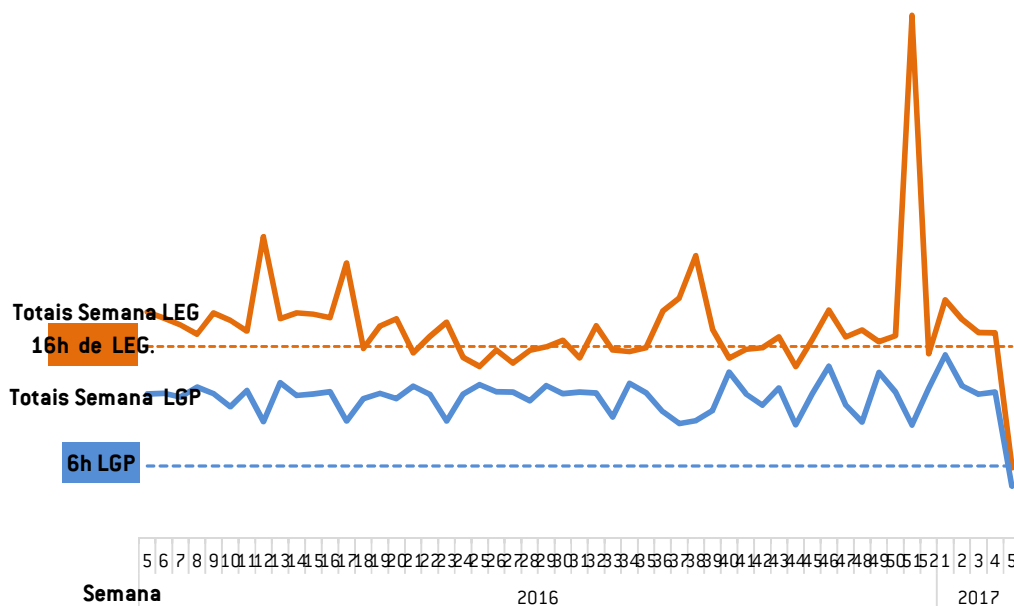


Fig.18- Tempos/semana de programas com legendagem e língua gestual portuguesa (hh:mm:ss) de 4 a 31 de janeiro de 2016– TVI

jan. 2016		TVI Acessibilidades	
Semanas	Legendagem 8h	Língua Gestual Port. 3h	
<b>JANEIRO</b>			
Semana 1	05:24:53	12:28:19	
Semana 2	06:11:08	12:09:04	
Semana 3	05:47:41	11:55:08	
Semana 4	05:02:26	11:58:38	

Fonte: Mediamonitor/MMW

Fig.19 - Tempos/semana de programas com legendagem, língua gestual portuguesa e audiodescrição (hh:mm:ss) de 1 fev.2016 a 31 jan.2017– TVI

fev. 2016 e jan. 2017		TVI Acessibilidades		
Semanas	Legendagem 16h	Língua Gestual Port. 6h	Audiodescrição 12h	
<b>FEVEREIRO</b>				
Semana 5	05:53:30	12:03:03	n.a.	
Semana 6	06:44:11	12:03:29	n.a.	
Semana 7	06:40:59	11:59:46	n.a.	
Semana 8	07:02:54	07:41:17	n.a.	
<b>MARÇO</b>				
Semana 9	06:05:42	12:02:34	n.a.	
Semana 10	06:46:00	10:47:50	n.a.	

Semana 11	06:44:21	11:55:59	n.a.
Semana 12	05:51:59	11:44:29	n.a.
Semana 13	05:49:32	12:04:45	n.a.
<b>ABRIL</b>			
Semana 14	13:16:03	11:51:20	n.a.
Semana 15	12:54:05	12:06:04	n.a.
Semana 16	12:32:01	11:54:30	n.a.
Semana 17	11:58:13	11:54:54	n.a.
<b>MAIO</b>			
Semana 18	14:03:28	11:49:07	n.a.
Semana 19	13:59:46	13:17:25	n.a.
Semana 20	13:06:05	11:55:57	n.a.
Semana 21	12:02:35	11:55:46	n.a.
<b>JUNHO</b>			
Semana 22	08:40:46	11:40:06	n.a.
Semana 23	12:26:01	11:38:27	n.a.
Semana 24	12:57:50	11:42:13	n.a.
Semana 25	11:19:43	11:48:54	n.a.
Semana 26	12:05:07	11:54:17	n.a.
<b>JULHO</b>			
Semana 27	16:39:26	11:38:24	n.a.
Semana 28	15:42:44	12:10:01	n.a.
Semana 29	16:49:49	12:07:51	n.a.
Semana 30	16:32:15	11:48:54	n.a.
<b>AGOSTO</b>			
Semana 31	17:06:18	11:44:27	n.a.
Semana 32	16:56:30	12:11:04	n.a.
Semana 33	16:56:56	11:09:39	n.a.
Semana 34	17:17:12	12:12:28	n.a.
<b>SETEMBRO</b>			
Semana 35	17:48:51	12:05:46	n.a.
Semana 36	18:40:16	12:00:49	n.a.
Semana 37	17:40:07	11:51:25	n.a.
Semana 38	18:00:41	11:42:17	n.a.
Semana 39	19:04:38	11:47:25	n.a.
<b>OUTUBRO</b>			
Semana 40	18:05:20	11:58:22	n.a.
Semana 41	16:18:08	12:31:37	n.a.
Semana 42	16:11:50	12:00:36	n.a.
Semana 43	15:20:45	12:04:20	n.a.
Semana 44	14:25:57	12:01:56	n.a.
<b>NOVEMBRO</b>			
Semana 45	14:57:47	11:54:11	n.a.
Semana 46	15:51:51	14:08:41	n.a.
Semana 47	15:47:48	09:40:48	n.a.
Semana 48	17:11:27	11:49:37	n.a.
<b>DEZEMBRO</b>			
Semana 49	17:43:56	11:02:30	n.a.
Semana 50	15:51:33	11:47:50	02:28:57
Semana 51	16:26:12	11:54:10	03:23:02
Semana 52	18:47:20	09:46:30	02:26:15

Total	596:04:33	613:34:59	8:18:14
<b>JANEIRO 2017</b>			
Semana 1	16:05:36	12:25:07	02:27:00
Semana 2	15:48:37	12:00:26	02:33:55
Semana 3	15:48:19	12:00:53	00:36:04
Semana 4	17:33:16	10:38:10	00:39:53
Semana 5	05:13:38	05:13:38	n.a.
<b>Total</b>	<b>70:29:26</b>	<b>52:18:14</b>	<b>06:16:52</b>

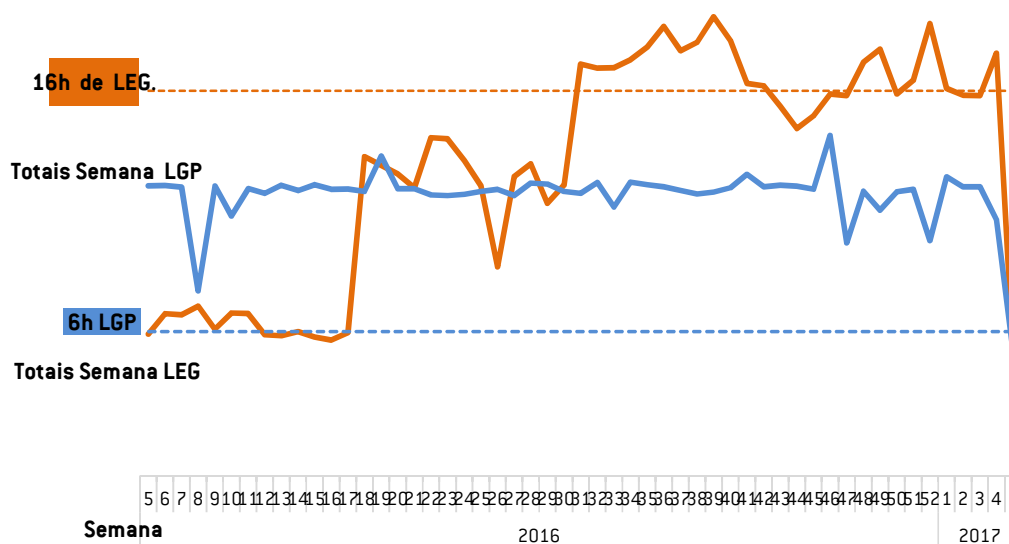
Fonte: Mediamonitor/MMW

\* A "semana 5" foi dividida e as obrigações analisadas na proporção, de acordo com o Plano Plurianual que vigorou até 31.01.2017

Valor mínimo

Valor máximo

Fig. 20 – Evolução mensal, de programas com legendagem e língua gestual portuguesa (hh:mm:ss) de 1 fev.2016 a 31 jan.2017 – TVI



#### 4.1.1. Legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva

No âmbito das obrigações previstas no Plano Plurianual, os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de cobertura nacional, SIC e TVI, devem garantir no horário compreendido entre as 8h e as 2h, oito horas semanais, no período de 1 de fevereiro de 2015 a 31 de janeiro de 2016 e dezasseis horas semanais, no período de 1 de fevereiro de 2016 a 31 de janeiro de 2017, de programas de ficção, documentários ou magazines culturais com legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva

De acordo com os dados que constam das figuras 16 e 17, o serviço de programas SIC disponibilizou programas acompanhados de legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, inseridos nos géneros ficção, documentários e magazines culturais, não tendo cumprido as

suas obrigações, de 16 horas semanais, em algumas semanas (18, 21, 24 a 28, 31, 33 a 35, 40 a 42, 44 e 52) do período compreendido entre 1 de fevereiro de 2016 e 31 de janeiro de 2017.

No período de 1 de fevereiro de 2016 a 31 de janeiro de 2017, o volume de horas oscilou entre um mínimo de 14 horas (semana 44) e um máximo de 43 horas (semana 51). O mês de março foi o que registou o maior volume de horas, no conjunto das semanas (Fig.16).

O serviço de programas *TVI*, no período de 1 de fevereiro de 2016 a 31 de janeiro de 2017, registou um volume de horas que oscilou entre um mínimo de 5 horas (semanas 5, 12 e 13) e um máximo de 19 horas (semana 39), de programas com legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, incluídos nos géneros previstos no Plano Plurianual.

O mês de setembro foi o que registou o maior volume de horas, no conjunto das semanas (Fig.19). Todavia, este serviço não atingiu o volume de horas mínimo de 8 horas semanais, nas semanas 1 a 4 de 2016 e de 16 horas semanais, em algumas semanas (5 à 26, 28, 43 à 47 e 50 de 2016, e, 2 e 3 de 2017) do período compreendido entre 1 de fevereiro de 2016 e 31 de janeiro de 2017, conforme previsto no Plano Plurianual (Figs.18, 19 e 20).

#### **4.1.2. Língua gestual portuguesa**

De acordo com as obrigações previstas no Plano Plurianual, os serviços de programas *SIC* e *TVI* devem garantir no horário compreendido entre as 8h e as 2h, três horas semanais, no período de 1 de fevereiro de 2015 a 31 de janeiro de 2016, e duplicar, no período de 1 de fevereiro de 2016 a 31 de janeiro de 2017, de programas de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, incluindo, com periodicidade semanal, a interpretação integral de um dos serviços noticiosos do período noturno.

No período em análise, a *SIC* apresentou em todas as semanas valores superiores ao mínimo obrigatório de volume de horas de tempos de programas com interpretação por meio de língua gestual portuguesa e com máximos registados de 15 horas (semana 1 de 2017), pelo que, de acordo com o estipulado no Plano Plurianual, o operador não só cumpre como excede em muito o volume de 3h (período de 1 de fevereiro de 2015 a 31 de janeiro de 2016) e 6h (período de 1 de fevereiro de 2016 a 31 de janeiro de 2017) aí previsto como valor mínimo de referência, sendo outubro o mês que exibiu o maior número de horas com esta acessibilidade (Figs.15 a 17).

O serviço de programas *TVI* também apresentou em todas as semanas valores superiores ao mínimo obrigatório de volume de horas de tempos de programas com interpretação por meio de língua gestual portuguesa e com valores máximos de 14 horas (semana 46), pelo que cumpriu e excedeu o volume de horas previsto no Plano Plurianual, com outubro a registar o máximo de horas (Figs. 18 a 20).

#### **4.1.3. Audiodescrição**

Os serviços de programas *SIC* e *TVI* devem transmitir no horário compreendido entre as 8h e as 2h, de acordo com o disposto no Plano Plurianual, doze horas anuais de programas de ficção ou documentários com audiodescrição, no período de 1 de fevereiro de 2016 a 31 de janeiro de 2017.

No período em referência, no serviço de programas *SIC*, houve cumprimento do estipulado no Plano Plurianual, com um total de 12 horas de programas acompanhados de audiodescrição, sendo a semana

51 (6 horas) e o mês de dezembro que disponibilizaram maior número de horas com esta acessibilidade (Fig.16).

O serviço de programas *TVI*, no período em referência, também cumpriu o estipulado no Plano Plurianual, com um total de 14 horas de programas acompanhados de audiodescrição, sendo o mês de dezembro e a semana 51 (3h) que disponibilizaram maior número de horas com programas com esta acessibilidade (Fig.19).

## 4.2. SERVIÇO DE PROGRAMAS GENERALISTAS E TEMÁTICOS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO COM ASSINATURA DE ÂMBITO NACIONAL

### 4.2.1. Língua gestual portuguesa

O Plano plurianual, para os serviços generalistas e temáticos de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional, focados na produção de informação geral, nacional e internacional, estabelece a obrigação, para o horário compreendido entre as 19h00 e as 00h00, de garantir duas horas semanais de programas de natureza informativa com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, incluindo, com periodicidade semanal, a interpretação integral de um dos serviços noticiosos.

Fig. 21 – Tempo/semana de programas com língua gestual portuguesa (hh:mm:ss) – *CMTV, SIC Notícias e TVI24*

2016 e jan. 2017 Acessibilidades	<i>CMTV</i>	<i>SIC NOT</i>	<i>TVI24</i>
Semanas	Língua Gestual Port. 2h		
<b>JANEIRO</b>			
Semana 1	n.a.	04:50:08	03:46:05
Semana 2	n.a.	02:38:12	02:09:36
Semana 3	n.a.	02:45:51	01:14:10
Semana 4	n.a.	02:33:12	02:03:48
<b>FEVEREIRO</b>			
Semana 5	n.a.	03:32:46	02:08:34
Semana 6	n.a.	02:42:50	00:13:48
Semana 7	n.a.	02:43:58	02:14:03
Semana 8	n.a.	02:27:26	02:10:13
<b>MARÇO</b>			
Semana 9	n.a.	01:46:30	02:03:20
Semana 10	n.a.	02:33:35	01:17:47
Semana 11	n.a.	02:32:27	01:14:27
Semana 12	n.a.	03:35:45	02:04:45
Semana 13	n.a.	02:41:42	02:37:09
<b>ABRIL</b>			
Semana 14	n.a.	02:34:32	01:10:06
Semana 15	n.a.	03:14:23	02:13:28
Semana 16	n.a.	03:21:29	02:10:37
Semana 17	n.a.	03:23:11	02:28:38
<b>MAIO</b>			
Semana 18	n.a.	03:50:03	02:31:43

Semana 19	n.a.	00:52:51	02:11:15
Semana 20	n.a.	02:26:40	02:38:18
Semana 21	n.a.	02:26:23	02:02:31
<b>JUNHO</b>			
Semana 22	n.a.	02:26:58	01:59:54
Semana 23	n.a.	02:47:15	02:09:43
Semana 24	n.a.	02:59:42	02:29:11
Semana 25	n.a.	02:17:21	01:51:45
Semana 26	n.a.	03:20:53	03:03:58
<b>JULHO</b>			
Semana 27	n.a.	02:10:12	02:39:08
Semana 28	n.a.	04:15:43	01:51:41
Semana 29	n.a.	02:31:20	02:28:18
Semana 30	n.a.	04:24:37	02:29:32
<b>AGOSTO</b>			
Semana 31	n.a.	03:17:59	02:22:36
Semana 32	n.a.	05:43:33	02:35:11
Semana 33	n.a.	02:35:40	02:13:13
Semana 34	n.a.	04:16:02	01:44:15
<b>SETEMBRO</b>			
Semana 35	n.a.	02:30:36	02:16:18
Semana 36	n.a.	02:32:21	02:23:35
Semana 37	n.a.	01:43:32	02:13:01
Semana 38	n.a.	02:30:17	02:24:11
Semana 39	02:20:37	02:28:46	02:16:01
<b>OUTUBRO</b>			
Semana 40	02:38:54	02:09:53	02:19:32
Semana 41	02:03:27	02:29:59	02:21:37
Semana 42	00:28:13	02:24:25	02:08:46
Semana 43	01:38:13	02:23:37	02:13:42
Semana 44	n.a.	03:40:22	02:28:50
<b>NOVEMBRO</b>			
Semana 45	03:22:55	02:06:42	02:56:52
Semana 46	02:02:55	02:54:28	02:10:44
Semana 47	01:27:12	03:19:20	02:13:43
Semana 48	01:53:56	02:23:06	02:17:19
<b>DEZEMBRO</b>			
Semana 49	01:57:00	02:42:38	02:20:08
Semana 50	00:37:04	03:35:04	02:08:15
Semana 51	n.a.	02:24:44	02:27:49
Semana 52	01:50:12	03:38:24	02:27:50
<b>Total</b>	<b>22:20:38</b>	<b>150:39:23</b>	<b>114:50:59</b>
<b>JANEIRO/2017</b>			
Semana 1	01:52:54	01:25:05	02:21:08
Semana 2	02:48:39	02:32:11	01:36:06
Semana 3	01:38:00	01:49:59	02:28:50
Semana 4	02:39:32	02:39:32	02:25:02
Semana 5 *			
<b>Total</b>	<b>08:59:05</b>	<b>08:26:47</b>	<b>08:51:06</b>

Fonte: Mediamonitor/MMW

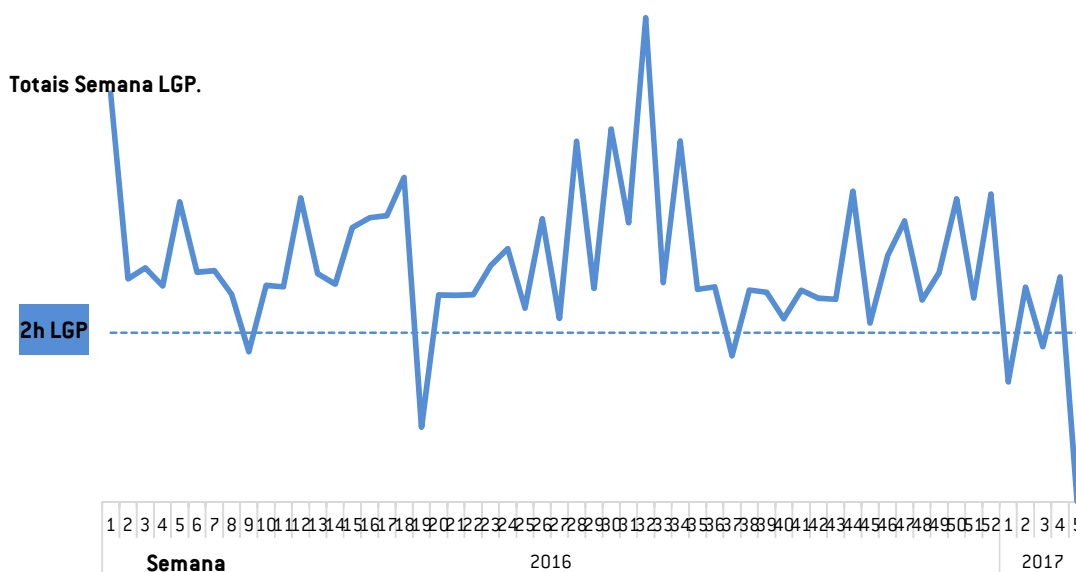


\* A "semana 5" foi dividida e as obrigações analisadas na proporção, de acordo com o Plano Plurianual que vigorou até 31.01.2017

Valor mínimo  
Valor máximo

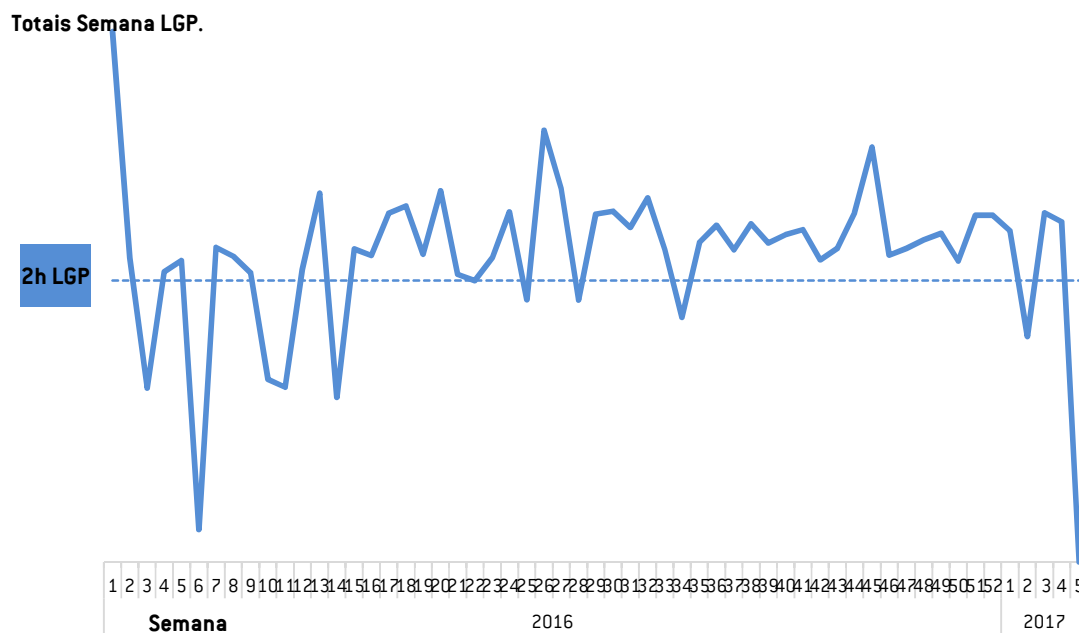
O serviço de programas *CMTV* apenas cumpriu, as obrigações do plano plurianual, no período entre 1 de janeiro de 2016 a 31 de janeiro de 2017, nas semanas 39 a 41, 45 e 46, do ano de 2016 e nas semanas 2 e 4 do ano de 2017, tendo exibido programa de natureza informativa com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, incluindo, com periodicidade semanal, a interpretação integral de um dos serviços noticiosos.

Fig. 22 – Evolução semanal, de 4 jan.2016 a 31 jan.2017, dos tempos de programas com língua gestual portuguesa (hh:mm) – *SIC Notícias*



No período em análise, a *SIC Notícias* apresentou nas semanas 9, 19 e 37 de 2016 e 1 e 3 de 2017 valores inferiores a 2 horas de tempos de programas com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, cumprindo nas restantes semanas, com máximos registados de 5 horas (semana 32), sendo agosto o mês em que exibiu o maior número de horas com esta acessibilidade (Figs.21 e 22).

Fig. 23 – Evolução semanal, de 4 jan.2016 a 31 jan.2017, dos tempos de programas com língua gestual portuguesa (hh:mm:ss) – TVI 24



O serviço de programas TVI 24 também não cumpriu nas semanas 3, 6, 10, 11, 14, 25, 28 e 34 de 2016 e 2 de 2017, o valor de 2 horas de tempos de programas com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, cumprido nas restantes semanas, com valores máximos de 3 horas [semana 1 de 2016], tendo o mês de junho a registar o máximo de horas (Figs. 21 e 23).

## 5. PROGRAMAS EMITIDOS COM LEGENDAGEM, LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA E AUDIODESCRIÇÃO DE ACORDO COM O GÉNERO

### 5.1. GÉNEROS DE PROGRAMAS COM ACESSIBILIDADES NO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

Os serviços de programas do operador de serviço público de televisão emitiram com acessibilidade os programas constantes dos quadros seguintes:

**Fig.24 – Serviço de programas – RTP 1, RTP 2, RTP 3, RTP Madeira, RTP Açores**

Acessibilidade	Género	Serviços de Programas	Programas
LEG	Ficção	RTP 1	A Jovem Vitória, A Louca Juventude, A Menina da Rádio, A Noiva Indecisa, As Minhas Tardes com Margueritte, Amor Impossível, Aniki Bobó, Bajirao Mastani, Batalha no Pacífico, Chicken Run, Duas Vidas, em-Vindos a Beirais, Capitão Falcão, Dentro, Donos Disto Tudo, Dr. Prakash Baba Amte, o Verdadeiro Herói, Filha da Lei, Fio do Horizonte, Ladrões com Estilo, Mau Mau, Maria, Miúdo Graúdo, Ministério do Tempo, Mulheres Assim, Mayday - Season XII, Nelo & Idália, O Amor Tudo Vence, O General e a Princesa, O Leão da Estrela, O que a Maisie Sabe, O Sábio, O Último Desafio, O Vendaval Maravilhoso, Os Boys, Os Gatos Não Têm Vertigens, Os Maias – Cenas da Vida Romântica, Os Nossos Dias, Os Seguidores, Outra Vida, Pátio das Cantigas, Paúl, Perfume do Amor, Poseidon, Rainha Vitória, Ram e Leela: Romeu e Julieta Indiano, Sei Lá, Sim, Chef!, Terapia, The Equalizer, Tirar Vidas
	Documentário		1755 - O Terramoto de Lisboa, Amadeu Souza Cardoso, Aqui tão Longe, A Ponte aos 50, A Revolução começou, As Novas Viagens Filosóficas, Backstage, BBC Terra, Champions Factory, Com Camilo de Oliveira, DDC, DDP, Especial 1ª Guerra Mundial, Francisco: O Papa Que Quer Mudar o Mundo, Linha da Frente, Livro-te do Medo Zeca Afonso, Mayday, Desastres Aéreos, My Cancer, Notícias do Meu País, Portugal a Pé, Portugueses pelo Mundo, Príncipes do Nada, Super País da Natureza, Titãs das Profundezas, Três Dias que Chocaram Paris, Valeu a pena: um retrato de M. M. Pereira
	Cultural/Conhecimento/Magazine		Animais Anónimos, Cozinha com Amor, Cuidado com a Língua!, Janela Indiscreta, Manual de instruções, Na Cozinha com Henrique Sá Pessoa, Salvador, Show me Lisboa, VDC: Voz do Cidadão,
LGP	Informativo/Noticiário	RTP 1	24 horas, Jogos Olímpicos Rio 2016, Jornal da Tarde, Telejornal, Parlamento, Portugal em Direto, Presidenciais 2016: Frente a Frente, Presidenciais 2016: O Debate
	Entretenimento/Talk Show		A Culpa é do Ronaldo, A Melhor Seleção, A Praça, As Marchas Populares, Agora Nós, Aqui Portugal, Bom Dia Portugal, Edição Especial, Nação Valente, Os Gigantes do Mar, Portugal: Fome de Vencer, RTP 59 Anos de Televisão, RTP Mais Perto, Santos Populares
	Religioso		Canonização de Madre Teresa de Calcutá, Casamentos de Santo António, Cerimónias de Fátima, Comemorações do 25 de Abril, Especial, Eucaristia Dominical, Mensagem de Natal do Cardeal Patriarca de Lisboa, Mensagem de Natal do Primeiro-Ministro, Mensagem de S. Ex.º O Presidente da República, Missa da Coroação, Missa da Assunção da Virgem Santa Maria, Peregrinação Anual do Migrante
AUD	Ficção	RTP 1	Aniki Bobó, Capitão Falcão, Dentro, Filha da Lei, Mau Mau, Maria, Ministério do Tempo, Miúdo Graúdo, Mulheres Assim, O Leão da Estrela, O Pátio das Cantigas, Os Boys, Os Gatos não têm Vertigens, Os Maias – Cenas da Vida Romântica, Quarta Divisão, Sim, Chef!, Tempo Final
	Documentário		DOC, Super País da Natureza
LEG	Documentário/Magazine	RTP 2	BBC Terra, Visita Guiada, Traço de Mulher, Sociedade Civil, Aventuras da Arte Moderna, Apresentação Doc, Flavors, Literaturaqui, A História Fabulosa da Águia-de-Colónia, Efeito Borboleta, Madeira Prima, Cara a Cara, Onde Está O Tesouro, Já Vi Este Filme, Sentes, Biosfera, Faça Chuva Faça Sol, Afinidade, VDC: Voz do Cidadão, Cinemax 2016, Geolino, Os mais Belos Jardins da Europa, Macaenses em Lisboa: Ilusão ou Realidade, Liberdade, Biosfera - Os Rostos das Alterações Climáticas
	Ficção/Série		O Bairro, Noite de Fado, Campo de Flamingos Sem Flamingos, Alves dos Reis, Tudo Menos Hollywood, Raquel Silvestre - A Pastora, Ballet Rose
LGP	Informativo	RTP 2	Jornal 2, Página 2, Parlamento
	Documentário/Magazines		Sociedade Civil, Visita Guiada, Literaturaqui, Onde Está O Tesouro, Sentes, Biosfera, Afinidades, Universidade Aberta
AUD	Ficção/Série	RTP 2	O Inverno de Oymyakon, Siberia, Himalaias, A Vida à Beira do Abismo, O Primeiro Verão, Um Filme Falado, Em Câmara Lenta
LGP	Informativo	RTP 3	Notícias 18/20, Desporto3, A entrevista
	Informativo	RTP Madeira	Bom Dia Portugal, Bom Dia Portugal Fim de Semana, Notícias RTP Madeira, 24 Horas, Notícias do Atlântico, 3 às 18 - 2016, 18/20, Mensagem de Natal - Cardeal Patriarca, Mensagem de Natal - Primeiro-Ministro, Mensagem de Ano Novo - Presidente República
	Institucional/Religioso		Cerimónia de Tomada de Posse do Presidente da República
	Entretenimento		Natal dos Hospitalais
	Informativo	RTP Açores	Bom Dia Portugal, Bom Dia Portugal Fim de Semana, Telejornal dos Açores, 24 Horas, Sentes, Entrevista ao Primeiro-Ministro
Institucional/Religioso	Cerimónia de Tomada de Posse do Presidente da República, Missa		

Fonte: Mediamonitor/MMW

**Fig. 25– Serviço de Programas – SIC, TVI, SIC NOT, TVI 24, CMTV**

Acessibilidade	Género	Serviços de	Programas	
LEG	Ficção/Série	SIC	A Idade do Gelo: A grande caça ao ovo, A Idade do Gelo: Um Natal de Mamute, A Lei do Amor, A Princesa e o Sapo, A Regra do Jogo, A revolta, Abelha Maia, Alvin e os Esquilos 3, Amor Maior, Annie, Aqui há Gato!, Armadas e Perigosas, Arthur Christmas, Babilónia, Carros, Carros 2, Cinderela, Como Salvar o Pai Natal, Como Treinares o teu Dragão 2, Coração d'Ouro, Heidi, Força Ralph, Frozen, I Love Parosopolis, Kenai e Koda, Liberdade, Liberdade, Marco, Monstros: A Universidade, Natal Sempre Encantado, O Gangue do Parque, O Hobbit, Os Novos Heróis, Os Smurfs, Os Smurfs 2, Oz, Paddington, Poderosas, Rainha das Flores, Rio 2, Sassaricando, Sozinho em Casa, Toy Story 3, Verdades Secretas	
	Cultural/Conhecimento/Magazine		SOS Animal	
LGP	Informativo		Jornal da Noite	
	Entretenimento		Especial de Natal, Grande Tarde	
AUD	Ficção/Série		A Cinderela, A Lei do Amor, Big Hero 6- Os Novos Heróis, Chovem Almôndegas, Marretas, procuram-se, Monstros - A Universidade, Vickie e os Tesouros	
	Documentário		Vida Selvagem	
LEG	Ficção/Série		TVI	A Impostora, A Única Mulher, Campeões e Detectives, Deixa que te Leve, Detective Maravilhas, I Love It, Inspetor Max, Mundo Meu, O Bando dos 4, Ouro Verde, Santa Bárbara
LGP	Informativo			Jornal das 8
	Entretenimento			Você na TV!
	Religioso			Celebrações de Fátima: Peregrinação Internacional Mês de Maio, Celebrações de Fátima: Missa de Encerramento da Peregrinação, Missa da Assunção da Virgem Santa Maria, Missa da Solenidade da Imaculada Conceição
AUD	Ficção/Série	Inspector Max, O Bando dos 4		
LGP	Informativo	SIC NOT	Especial Desporto, Jornal da Noite, Jornal das 7h, Jornal das 9h, Jornal Síntese das 19,	
	Informativo	TVI24	Jornal de Domingo, Jornal de Sábado, Presidenciais 2016	
	Informativo	CMTV	21ª Hora, A Caminho das Presidenciais, Notícias 24- 19, Notícias 24- 22, Jornal das 8	
			CM Jornal 20h, Jornal 7	

Fonte: Mediamonitor/MMW

## 6. REGRAS COMPLEMENTARES

Durante o período analisado foram observados conteúdos passíveis de aplicação das normas 10.1. e 10.2. do ponto III do Plano Plurianual que estabelece “Regras Complementares” de aplicação cumulativa a ter em atenção pelos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de âmbito nacional, no que se refere à difusão de mensagens ou comunicações do Presidente da República e do Primeiro-Ministro, bem como aos debates entre candidatados aos atos eleitorais que foram integralmente objeto de interpretação por meio de língua gestual portuguesa .

**Fig.26 – Regras complementares – operadores públicos – RTP 1, RTP 3, RTP Madeira, RTP Açores**

Regras Complementares			
Acessibilidade	Género	Serviços de Programas	Programas
LGP	Debate	RTP 1	A Entrevista: António Costa; Presidenciais 2016: Frente a Frente
	Informativo	RTP 3	A entrevista; Presidenciais 2016: Frente a Frente, Presidenciais 2016: O Debate
	Debate	RTP Madeira	Eleições Presidenciais 2016, Cerimónia de Tomada de Posse do Presidente da República, Mensagem de Natal - Primeiro-Ministro, Mensagem Ano Novo - Presidente República
	Debate	RTP Açores	Eleições Presidenciais 2016, Entrevista ao Primeiro-Ministro, Cerimónia de Tomada de Posse do Presidente da

Fonte: Mediamonitor/MMW

**Fig.27 – Regras complementares – operadores privados – SIC, TVI, SIC Notícia, TVI24**

Regras Complementares			
Acessibilidades	Género	Serviços de Programas	Programas
LGP	Informativo	SIC	Debates Presidenciais 2016
	Informativo	TVI	Debates Presidenciais 2016
	Informativo	SIC NOT	Debates Presidenciais 2016
	Informativo	TVI 24	A Caminho das Presidenciais

Fonte: Mediamonitor/MMW

Tendo em atenção a norma 10.3. e 10.4. do mesmo ponto para efeitos da avaliação do disposto relativamente às acessibilidades, não foram contabilizadas as repetições, nem os programas emitidos fora das faixas horárias determinadas, de acordo com as regras complementares constantes do Plano Plurianual.

### 1. NOTAS INTRODUTÓRIAS

#### 1.1. ENQUADRAMENTO LEGAL

Os serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional estão sujeitos ao cumprimento do mesmo volume de som durante a programação e os intervalos de publicidade, conforme disposto no n.º 2 do seu artigo 40.º-B da Lei n.º 8/2011, de 11 de Abril (que altera a Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho - Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, doravante LTSAP).

Estabelece o referido preceito que «[a] inserção de publicidade televisiva ou televenda não pode implicar o aumento do nível de volume sonoro aplicado à restante programação», consubstanciando a violação desta norma uma contraordenação grave, nos termos do artigo 76.º, n.º 1, alínea a), da LTSAP.

Tendo em conta que a Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido não quantifica as diferenças tidas por aceitáveis para aplicação e fiscalização do previsto no artigo 40.º-B, n.º 2, da LTSAP, a fim de avaliar todas as implicações que a regulamentação e a monitorização desta obrigação promovem, a ERC explicitou os referidos critérios na Diretiva 2016/1 «Sobre os parâmetros técnicos de avaliação da variação do volume sonoro durante a difusão de publicidade nas emissões televisivas», a qual entrou em vigor a 1 de junho de 2016.

#### 1.2. PRINCÍPIOS ORIENTADORES

Nos termos da Diretiva 2016/1 e de acordo com as recomendações da EBU<sup>1</sup>, o nível de sensação de intensidade auditiva dos intervalos publicitários e de cada uma das mensagens que os integram, bem como dos demais programas que compõem a restante emissão televisiva, deve ser fixado em  $-23$  LUFS (*Loudness Unit, referenced to Full Scale*).

Em programas nos quais o controlo exato do nível de sensação de intensidade auditiva não seja possível, tais como emissões em direto, os desvios em relação a este valor não deverão, em geral, ultrapassar  $\pm 1$  LU (*Loudness Unit*)<sup>2</sup>.

A medição do sinal áudio de um programa deverá ser feita na sua globalidade, sem ênfase em elementos específicos, tais como música, fala ou efeitos sonoros.

Esta medição deverá considerar o método de “gating” estabelecido na norma ITU-R BS. 1770, no qual zonas de silêncio do sinal não são consideradas para o valor global medido apurado.

---

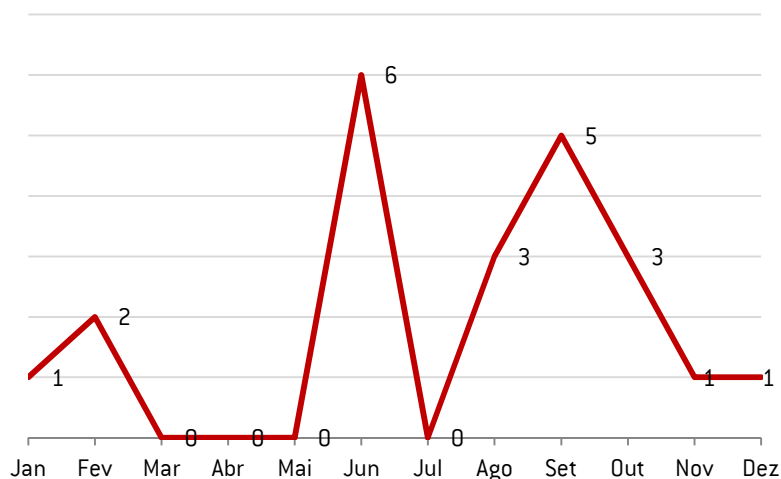
<sup>1</sup>Esta recomendação resulta de um estudo do comité técnico da EBU (*European Broadcasting Unit*), que analisou a necessidade de regular os níveis do sinal áudio nas fases de produção, distribuição e transmissão dos programas com base no nível de sensação de intensidade auditiva. Assim, entende-se como programa todo o conteúdo autónomo ou independente. Neste contexto, um intervalo publicitário é considerado um programa.

<sup>2</sup> 1 LU = 1 Db (decibel).

## 2. QUEIXAS E PARTICIPAÇÕES

As queixas dirigidas à ERC sobre esta matéria têm sido recorrentes, nomeadamente desde que a norma foi introduzida na Lei n.º 8/2011, de 11 de Abril. Contudo, o ano de 2016 foi aquele em que se registaram mais queixas formais, coincidindo o pico com a entrada em vigor da Diretiva 2016/1, a 1 de junho de 2016.

Fig.1. Volume de queixas sobre Volume de Som - 2016



A maioria das queixas teve como objeto os serviços de programas sob jurisdição nacional em sinal aberto e incidiram sobre os intervalos de competições desportivas na *RTP1* e situações pontuais na *SIC* e *TVI*. Outras situações registaram-se ao nível de uma única mensagem publicitária, nomeadamente das marcas *Carglass* e *Carlsberg*, e de separadores entre os programas e a publicidade dos serviços de programas.

Tendo-se verificado o provimento das queixas, os operadores foram sensibilizados para a adoção das melhores práticas disponíveis no mercado.

Ao nível dos canais de cabo, a maior parte das queixas recaíram sobre serviços que não estão sob jurisdição nacional, tais como a *FOX*, *AXN* e *Disney Channel*. Os operadores de distribuição foram sensibilizados para assegurar a normalização das emissões entre os serviços sob jurisdição portuguesa e aqueles que têm como origem outros países da União Europeia ou outros países fora da União Europeia.

## 3. AMOSTRA E METODOLOGIA

Com base numa amostragem aleatória sistemática e através da metodologia de uma semana construída<sup>3</sup>, foram selecionados os dias que fizeram parte da análise em 2016.

<sup>3</sup> A semana construída constitui-se a partir de uma seleção aleatória de um dia da semana no início do período analisado, que coincidiu com o 1.º domingo, sendo este o ponto de partida na lista como primeiro elemento a integrar na amostra a partir do qual se foi constituindo sequencialmente nos demais dias e semanas analisadas. O período horário de partida da análise será entre as 7h00 e as 9h00. A segunda data, considerando a metodologia da semana construída, é a segunda-feira, das 9h00 às

Esta amostragem considerou a análise de diferentes períodos horários e a análise de duas horas de programação.

**Fig.2. Amostra das ações de supervisão sobre Volume de Som – 2016**

Período	Serviço de programas	Dias selecionados	
Junho	<i>RTP1, SIC e TVI</i>	3, 8, 18 e 26 de junho	
3.º Trimestre	<i>RTP1, SIC, TVI e CMTV</i>	3, 4, 12, 20, 28 de julho	
		5, 13, 21, 22 e 30 de agosto	
		7, 15 e 23 de setembro	
4.º Trimestre	<i>RTP1, SIC e TVI</i>	1, 9, 10, 18 e 26 de outubro	
		3, 11, 19, 27 e 28 de novembro	
		6, 14, 22 e 30 de dezembro	
	<i>Canal Panda</i>	21 de outubro, 15 de novembro, 1, 17, e 25 de dezembro	
		<i>Panda Biggs</i>	15 e 16 de outubro, 23 de novembro e 19 de dezembro
		<i>SIC K</i>	13 de outubro, 7, 19 e 20 de novembro e 9 de dezembro

Com recurso ao *software Nugen Audio Vislm-H*, certificado pela norma ITU-R BS. 1770 e a recomendação R128 da EBU, aferiu-se o grau de cumprimento da recomendação supra nos eventos analisados (nível adequado de sensação de intensidade auditiva = -23 LUFS).

A análise do sinal do áudio foi desenvolvida em duas fases:

- i) Separação da programação em diferentes eventos. Foram extraídos os intervalos publicitários entre cada programa, os quais foram agrupados num bloco, resultando em espaços de programas e de publicidade em blocos (eventos) transmitidos durante o período em análise.
- ii) Medição do nível de sensação de intensidade auditiva dos eventos identificados, através do programa *Nugen Audio Vislm-H*, obtendo-se o valor global em LUFS para cada evento determinado.

#### 4. RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

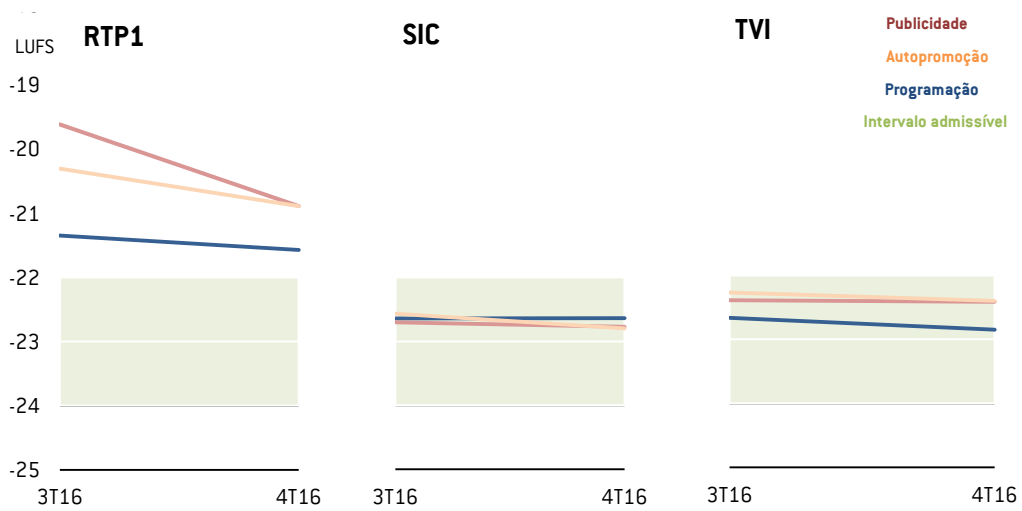
A partir da amostra identificada e atendendo à grande quantidade de eventos analisados em 2016, são apresentados de seguida os resultados.

---

11h00, seguida pela terça-feira, das 11h00 às 13h00, e assim até atingir a última semana de cada período analisado. Esta metodologia só foi aplicada para os serviços de programas generalistas.



Fig.3. Resultados da supervisão sobre Volume de Som nos serviços – RTP1, SIC e TVI



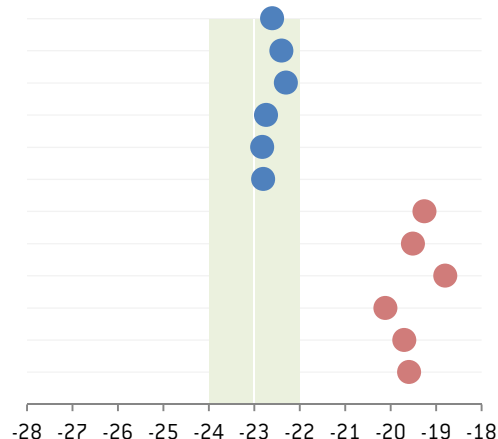
Nota: Os valores por trimestre são obtidos através de uma média logarítmica.

Pela análise dos valores sonoros médios da programação, publicidade e autopromoções da *RTP1*, infere-se que a totalidade dos eventos se situa acima dos valores do intervalo de intensidade auditiva admissível. A publicidade e as autopromoções chegam a atingir aproximadamente -2 LU acima dos valores da programação, ou seja, apresentam níveis de intensidade auditiva mais altos.

Relativamente aos serviços de programas *SIC* e *TVI*, verificámos que a média de intensidade auditiva quer da programação, quer da publicidade se encontram dentro do intervalo admissível. Conquanto na *SIC* as oscilações são diminutas, na *TVI* estas situam-se acima da restante programação, mas sem diferenças perceptíveis para os telespectadores.

Fig.4. Resultados da supervisão sobre Volume de Som nos serviços – CMTV, SIC K, Panda e Biggs

Canal / Trimestre	Evento	LUFS
CMTV	Programação	-22,6
3T16	Publicidade	-22,4
	Autopromoção	-22,3
SIC K	Programação	-22,7
4T16	Publicidade	-22,8
	Autopromoção	-22,8
Panda	Programação	-19,3
4T16	Publicidade	-19,5
	Autopromoção	-18,8
Biggs	Programação	-20,1
4T16	Publicidade	-19,7
	Autopromoção	-19,6



Quer o serviço de programas generalista – CMTV – quer o temático infantil – SIC K – se encontram dentro do intervalo adequado de intensidade sonora, sendo que este último se situa mais próximo dos -23LUFS.

Relativamente aos serviços do operador DREAMIA – Canal Panda e Panda Biggs – registam-se níveis médios de volume sonoro acima do intervalo recomendado, sendo mais altos na publicidade do que na programação, atingindo o pico nas autopromoções em ambos os serviços de programas [-18,8 LUFS no Panda e -19,6 LUFS no Biggs].

## DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS – DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

### 1. NOTAS INTRODUTÓRIAS

#### 1.1. ENQUADRAMENTO LEGAL

Os serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional estão sujeitos a avaliação anual no que diz respeito ao cumprimento das obrigações previstas nos artigos 44.º a 46.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP) e que se referem à defesa da língua portuguesa, produção europeia e produção independente.

A avaliação do cumprimento das percentagens de difusão de programas originariamente em língua portuguesa é efetuada anualmente, tendo por base a informação trimestral prestada no Portal de televisão da ERC pelos operadores sob jurisdição nacional em relação a cada um dos seus serviços de programas televisivos.

#### 1.2. DEFINIÇÕES

- i) **Programa originariamente em língua portuguesa** – Programas produzidos em língua portuguesa;
- ii) **Programas originários de outros países lusófonos** – Programas produzidos originariamente em língua portuguesa e provenientes de países lusófonos que não Portugal (Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné, Moçambique, S. Tomé e Príncipe e Timor).
- iii) **Obra criativa** - «A produção cinematográfica ou audiovisual assente em elementos estruturados de criação (...), longas e curtas-metragens de ficção e animação, documentários, telefilmes e séries televisivas (...), reportagens televisivas, programas didáticos, musicais, artísticos e culturais, desde que passíveis de proteção pelo direito de autor» (alínea h) do n.º 1 do artigo 2.º da LTSAP);

#### 1.3. DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

As percentagens legalmente fixadas para a difusão de programas originariamente em língua portuguesa e de obras criativas de produção originária em língua portuguesa estão previstas no artigo 44.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, na sua redação atual (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, doravante LTSAP).

Nos termos do n.º 2 do referido normativo «os serviços de programas televisivos de cobertura nacional, com exceção daqueles cuja natureza e temática a tal se opuserem, devem dedicar pelo menos 50% das suas emissões, com exclusão do tempo consagrado à publicidade, televenda e teletexto, à difusão de programas originariamente em língua portuguesa».

Os serviços de programas devem dedicar pelo menos 20% do tempo das suas emissões à difusão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa (n.º 3 do artigo 44º, da LTSAP), sendo contabilizadas apenas as primeiras cinco exibições de cada obra, independentemente do ano em que sejam exibidas (n.º 4, do artigo 44º, da LTSAP).

Para as percentagens referidas podem contribuir programas originários de outros países lusófonos que não Portugal, numa percentagem não superior a 25%, de acordo com o n.º 4 do mesmo artigo.

## 2. PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E PROGRAMAS CRIATIVOS EM LÍNGUA PORTUGUESA

Os valores apurados, em 2016, relativos à totalidade das emissões de cada serviço de programas de cobertura nacional são cotejados com o ano de 2015 de forma a aferir-se a evolução, em pontos percentuais, dos diversos operadores de televisão na difusão de obras audiovisuais.

Na presente análise assinala-se que quer os serviços de programas de âmbito internacional quer de âmbito regional não são sujeitos ao cumprimento do disposto no artigo 44.º da LTSAP.

Assim, foram analisados 47 serviços de programas, dos quais 5 são de âmbito internacional e 2 regionais. O *Benfica TV2* viu a sua autorização revogada e o *Económico TV* cessou emissões em 2016, não tendo sido incluído nesta análise.

Assinala-se ainda que os serviços de programas autorizados em 2016 - *Canal NOS*, *Kurios TV* e *SPORT TV+* - não completaram um ano de emissão pelo que este conjunto de obrigações legais, fundadas na análise de um ano de emissão, só serão aferidas em 2017.

Pela leitura da figura 1 verifica-se que as descidas mais significativas nas obras em língua portuguesa ocorrem nos serviços de programas *SIC Caras* e *RTP Madeira*, na ordem dos 15 pontos percentuais e as subidas na *SPORT TV3* e *SPORT TV4*, com cerca de 30 pontos percentuais face a 2015.

Relativamente às obras criativas a *SIC Notícias* apresenta a descida mais expressiva, com menos 60 pontos percentuais, seguida do Porto Canal, na ordem dos 20.

Fig. 1 - Programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa (%)

Operadores	Serviços de programas	Programas originariamente em língua portuguesa (%)			Programas criativos em língua portuguesa (%)		
		2015	2016	Var.15/16	2015	2016	Var.15/16
RTP	RTP1	86,4	85,2	-1,2 ↓	47,9	44,2	-3,7 ↓
	RTP2	64,5	55,0	-9,4 ↓	20,1	21,0	0,9 ↑
	RTP 3	98,0	94,6	-3,4 ↓	9,6	13,7	4,1 ↑
	RTP Internacional	98,9	98,0	-1,0 ↓	49,4	45,9	-3,5 ↓
	RTP África	95,7	95,8	0,2 ↑	50,5	50,5	0,0
	RTP Memória	94,7	96,7	2,0 ↑	61,0	52,4	-8,6 ↓
	RTP Madeira	98,7	82,9	15,9 ↓	22,7	22,6	-0,1 ↓
	RTP Açores	97,6	96,7	-0,9 ↓	32,9	46,1	13,2 ↑
SIC	SIC	74,9	77,9	2,9 ↑	46,9	47,8	0,9 ↑
	SIC Radical	31,7	29,6	-2,2 ↓	22,4	19,9	-2,5 ↓
	SIC Mulher	29,1	28,2	-0,9 ↓	14,0	17,6	3,6 ↑
	SIC K	2,8	14,8	12,0 ↑	1,2	4,4	3,3 ↑
	SIC Notícias	88,9	95,0	6,1 ↑	65,0	4,4	60,6 ↓
	SIC Caras	56,2	38,7	17,6 ↓	38,5	30,5	-7,9 ↓
TVI	TVI	86,4	91,2	4,8 ↑	48,4	50,4	2,0 ↑

	TVI 24	90,3	94,3	4,0	↑	6,7	6,1	-0,6	↓
	TVI Ficção	100	100	0,0	—	72,4	52,6	19,8	↓
NOS PUB e Conteúdos	TVC1	2,9	2,5	-0,4	↓	2,0	1,6	-0,4	↓
	TVC2	7,0	15,7	8,7	↑	3,7	7,0	3,3	↑
	TVC3	1,4	2,0	0,6	↑	1,1	1,1	0,0	—
	TVC4	1,2	1,1	-0,1	↓	0,7	0,6	-0,1	↓
NOS LUSOMUNDO TV	TV Séries	0,1	0,3	0,3	↑	0,1	0,3	0,3	—
DREAMIA	MOV	0,2	0,1	-0,1	↓	0,1	0,0	-0,1	↓
	Canal Panda	1,0	0,0	-1,0	↓	0,7	0,0	-0,7	↓
	Panda Biggs	13,4	0,0	13,4	↓	11,3	0,0	11,3	↓
	Hollywood	0,0	0,0	0,0	—	0,0	0,0	0,0	—
	Canal BLAST	2,9	0,0	-2,9	↓	0,9	0,0	-0,9	↓
CINEMUNDO, Lda	Cinemundo	1,3	2,5	1,3	↑	0,6	0,0	-0,6	↓
SPORT TV	Sport TV 1	80,6	91,0	10,4	↑	6,6	7,0	0,4	↑
	Sport TV 2	77,2	86,0	8,8	↑	1,1	1,0	-0,1	↓
	Sport TV 3	32,3	65,2	32,9	↑	3,3	1,8	-1,5	↓
	Sport TV 4	52,5	79,3	26,8	↑	0,6	0,5	-0,1	↓
	Sport TV 5	51,0	53,2	2,3	↑	5,4	4,1	-1,3	↓
	Sport TV África 1	97,2	99,9	2,7	↑	26,8	25,5	-1,3	↓
	Sport TV África 2	41,7	50,6	8,9	↑	1,0	0,6	-0,4	↓
NEXT TV	RNTV	100	100	0	—	38,3	41,0	2,7	↑
	MVM	100	100	0	—	47,7	26,5	21,2	↓
CANAL Q	Q	98,4	99,9	1,5	↑	32,3	28,5	-3,8	↓
AV.ALIADOS	Porto Canal	99,6	100,0	0,4	↑	36,6	14,4	22,2	↓
BENFICA TV	BTV1	100	100	0	—	18,3	16,1	-2,2	↓
FILMES HOTGOLD	Hot TV	7,2	9,6	2,4	↑	6,1	8,2	2,1	↑
MTV NETWORKS	MTV Portugal	34,4	43,5	9,1	↑	34,4	43,4	9,0	↑
OSTV	Canal 180	73,5	64,4	-9,1	↓	52,8	42,7	10,1	↓
CANALVISÃO	Localvisão TV	100	100	0	—	3,5	2,8	-0,7	↓
VICRA COMUNICAÇÕES	A Bola TV	84,3	83,9	-0,4	↓	17,1	15,0	-2,1	↓
COFINA	Correio da Manhã TV	87,6	89,5	1,9	↑	0,4	1,6	1,2	↑
SPORTING PLATAFORMAS	Sporting TV	97,5	99,0	1,5	↑	65,8	83,8	18,0	↑

### 3. DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA POR OPERADOR

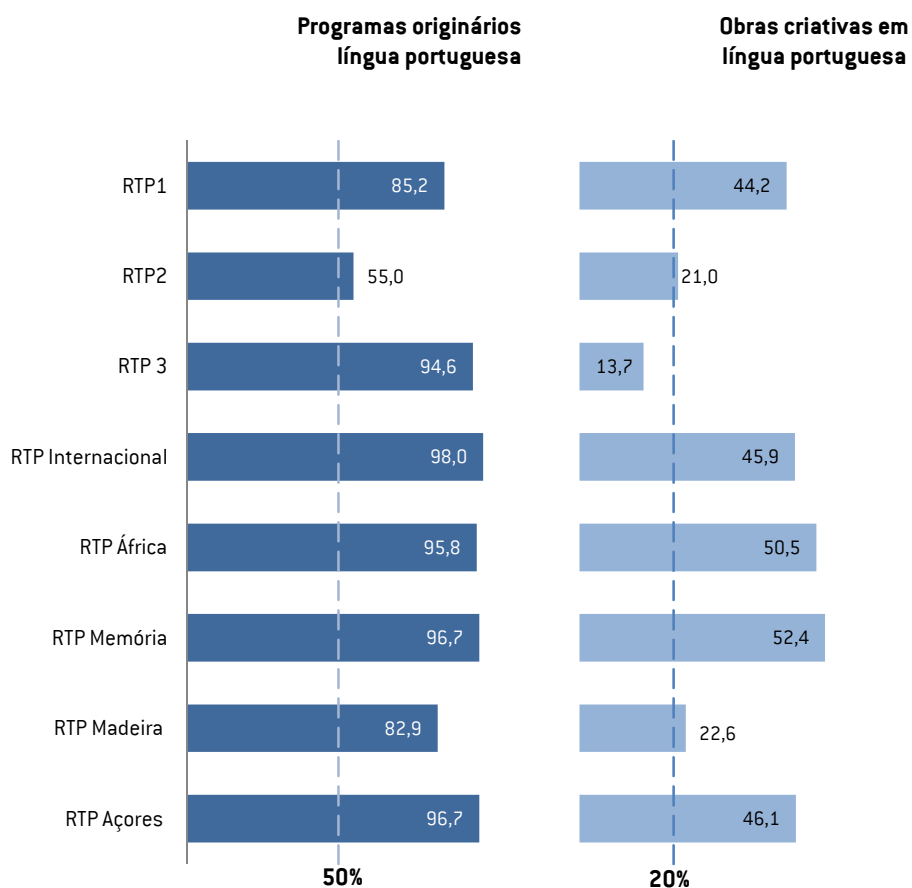
Nas figuras seguintes será feita uma análise, por operador, das percentagens atingidas nos diversos serviços de programas em 2016, nos programas originalmente em língua portuguesa e obras criativas, tendo por base os referenciais de 50% e 20% respetivamente.

Os serviços de programas da DREAMIA – *Canal Panda, Panda Biggs, Hollywood, MOV e Canal Blast* – não constam da lista por não terem emitido qualquer programação em língua original portuguesa. Embora seja atendível a natureza específica dos serviços de programas (n.º1, do artigo 47.º da LTSAP) não se pode deixar de assinalar que tal não os isenta da incorporação de

programas em língua portuguesa nas emissões. Segundo a Deliberação 11/OUT-TV/2011, o Conselho Regulador determinou que o operador DREAMIA deveria «incorporar na programação dos serviços de programas que detém, em cada ano, a partir de 2011, mais 10% de obras originariamente em língua portuguesa, de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, de produção europeia e de produção independente recente».

- **Rádio e Televisão de Portugal**

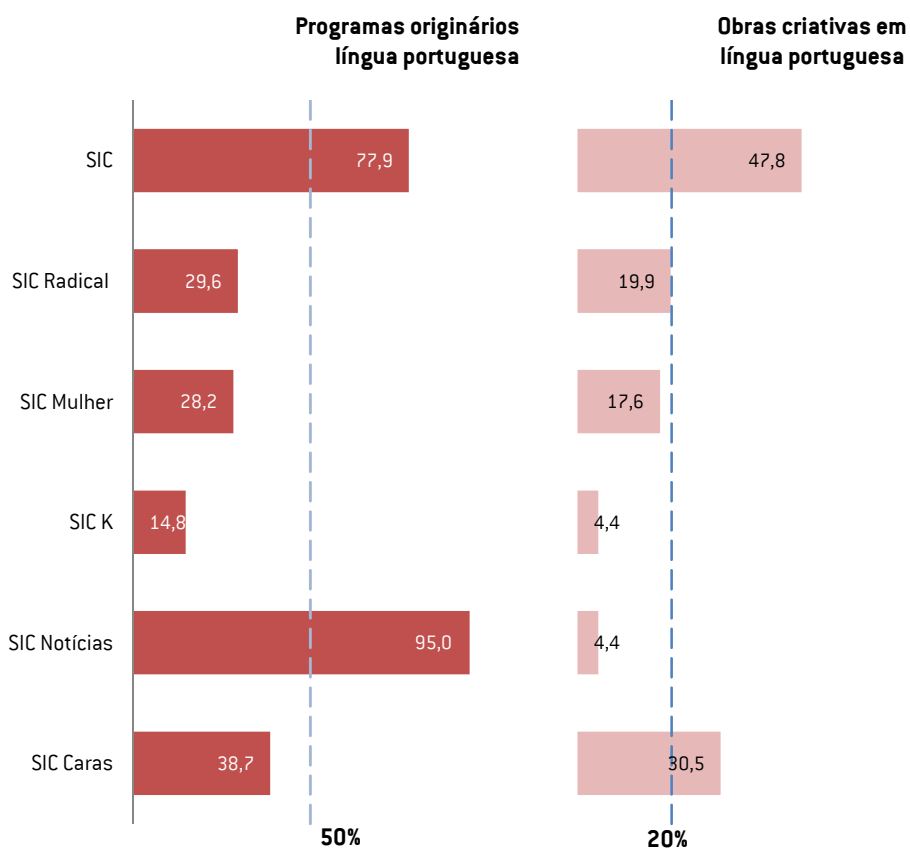
**Fig. 2 – Percentagem de programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa**



As emissões dos serviços de programas do operador RTP são predominantemente em língua portuguesa, pelo que se assinala o cumprimento das normas enunciadas, à exceção da *RTP3* em matéria de obras criativas. A *RTP3* é um serviço de programas temático de informação, pelo que se atende às obrigações do operador em matéria de informação, as quais não se coadunam com programação de natureza criativa. Mais se assinala uma subida de quatro pontos percentuais relativamente a 2015.

- **Sociedade Independente de Comunicação**

Fig. 3 – Percentagem de programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa

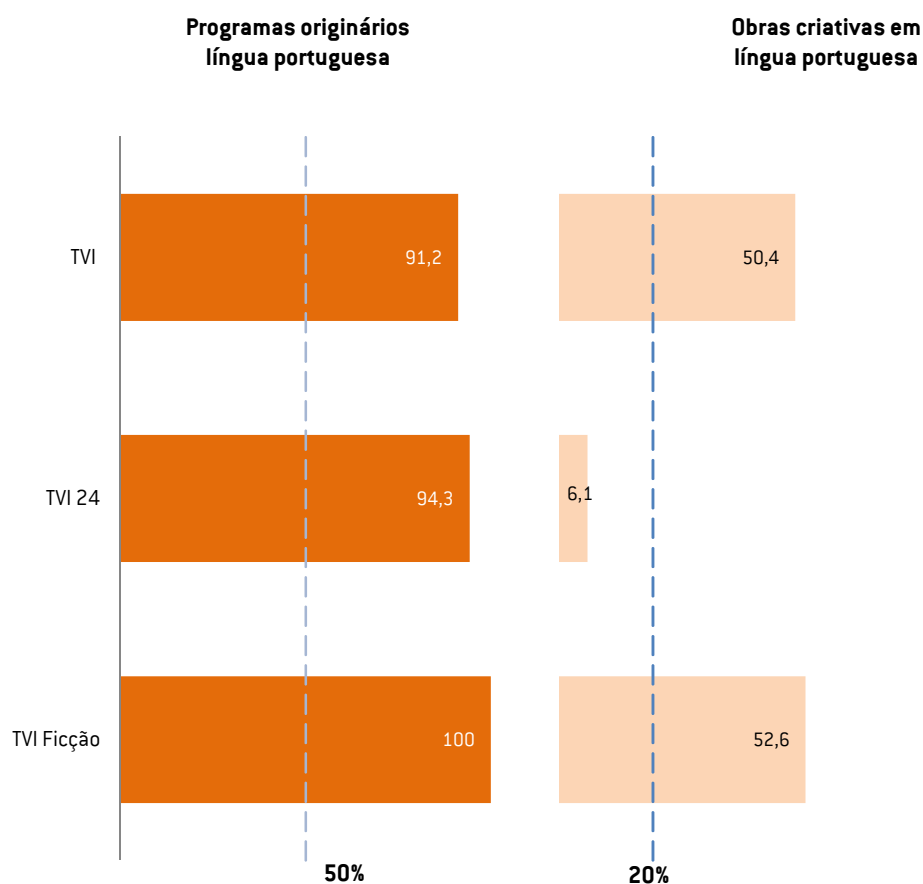


O operador SIC cumpriu a percentagem de 50% relativamente a programas originariamente em língua portuguesa, nos serviços de programas *SIC* e *SIC Notícias*. É de assinalar a descida de 17 pontos percentuais na programação da *SIC Caras*, relativamente a 2015.

No que se refere à difusão de obras criativas, os serviços *SIC Mulher*, *SIC K* e *SIC Notícias* não alcançaram a percentagem fixada. Embora se atenda à natureza específica dos serviços de programas é de assinalar a descida de 60 pontos percentuais, face a 2015, da *SIC Notícias*.

- **Televisão Independente**

Fig. 4 – Percentagem de programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa



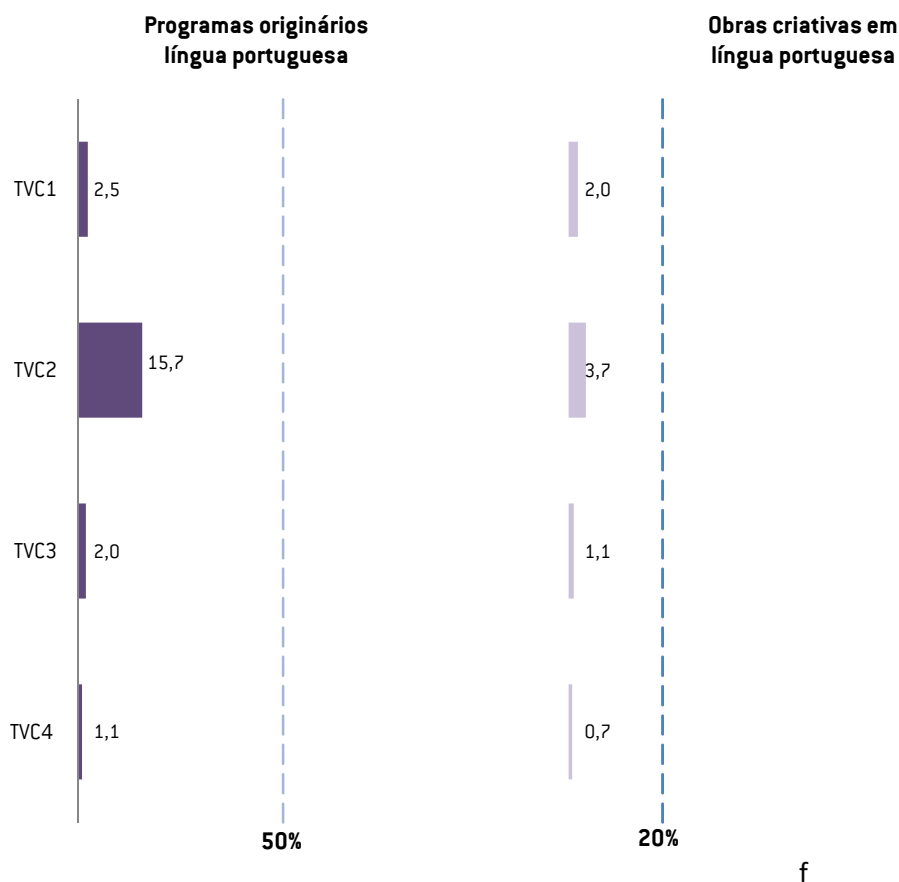
O operador TVI reservou, em 2016, mais de 50% do tempo de emissão dos seus serviços de programas à difusão de programas originariamente em língua portuguesa, dando cumprimento à quota prevista na lei, com valores acima dos 91%.

Em relação a obras criativas, só o serviço TVI 24 não atingiu o valor fixado, dada a sua natureza temática. Os outros serviços atingiram valores elevados, tendo contribuído para esse valor os programas de produção nacional produzidos pelo operador.



• NOSPUB- Publicidade e Conteúdos

Fig. 5 – Percentagem de programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa



Os serviços de programas temáticos de cinema e séries do operador NOSPUB. Publicidade e Conteúdos incorporaram percentagens diminutas de programação, tanto no que se refere à exibição de programas originariamente em língua portuguesa como a obras criativas de produção originária em língua portuguesa, pelo que nenhum dos seus serviços deu cumprimento ao estipulado no normativo legal.

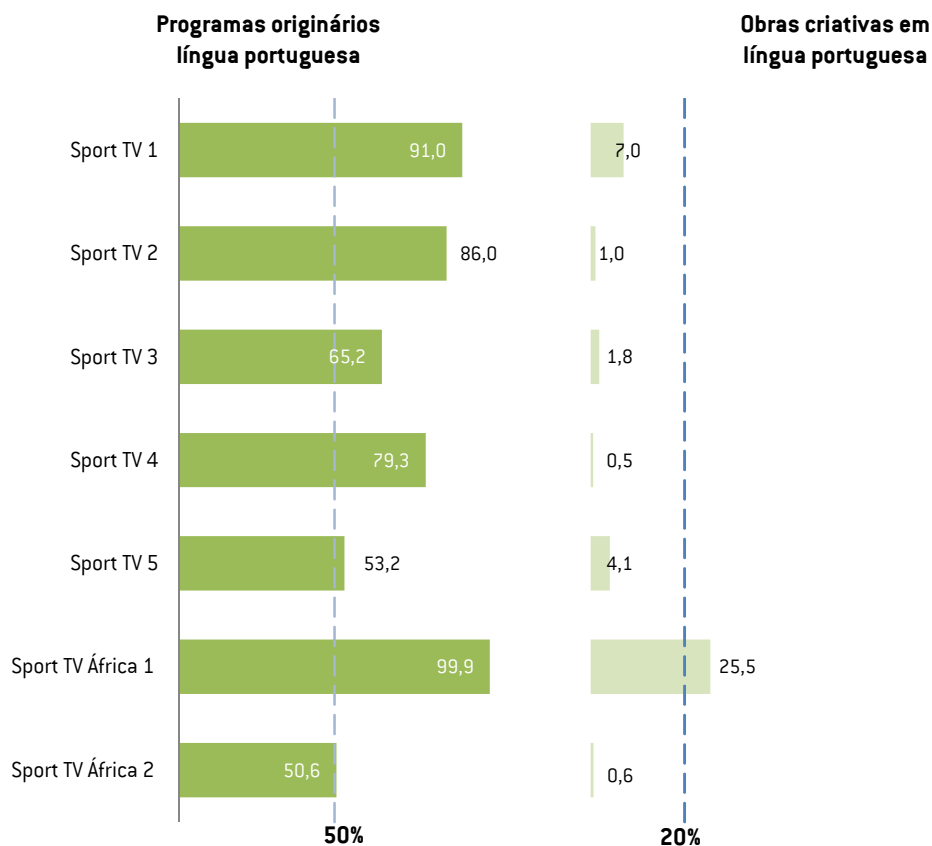
Os serviços *TVC2* e *TVC3* obtiveram resultados superiores ao ano 2015, no que se refere aos programas originariamente em língua portuguesa, tendo duplicado o valor no *TVC2*.

Conforme recomendação constante da Deliberação 10/OUT-TV/2011, o operador deveria «incorporar na programação dos serviços de programas que detém, em cada ano, a partir de 2011, mais 10% de obras originariamente em língua portuguesa, de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, de produção europeia e de produção independente recente».

Assim, ainda que se atenda aos critérios previstos no artigo 47.º da LTSAP, no qual se determina que, na avaliação do cumprimento das obrigações referidas nos artigos 44.º a 46.º, devem ser tidas em conta a natureza específica dos serviços de programas temáticos, os serviços deste operador continuam a não cumprir a Deliberação mencionada, tendo ao invés manifestado tendências regressivas face aos parâmetros já atingidos.

- **SPORT TV PORTUGAL, SA**

Fig. 6 – Percentagem de programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa



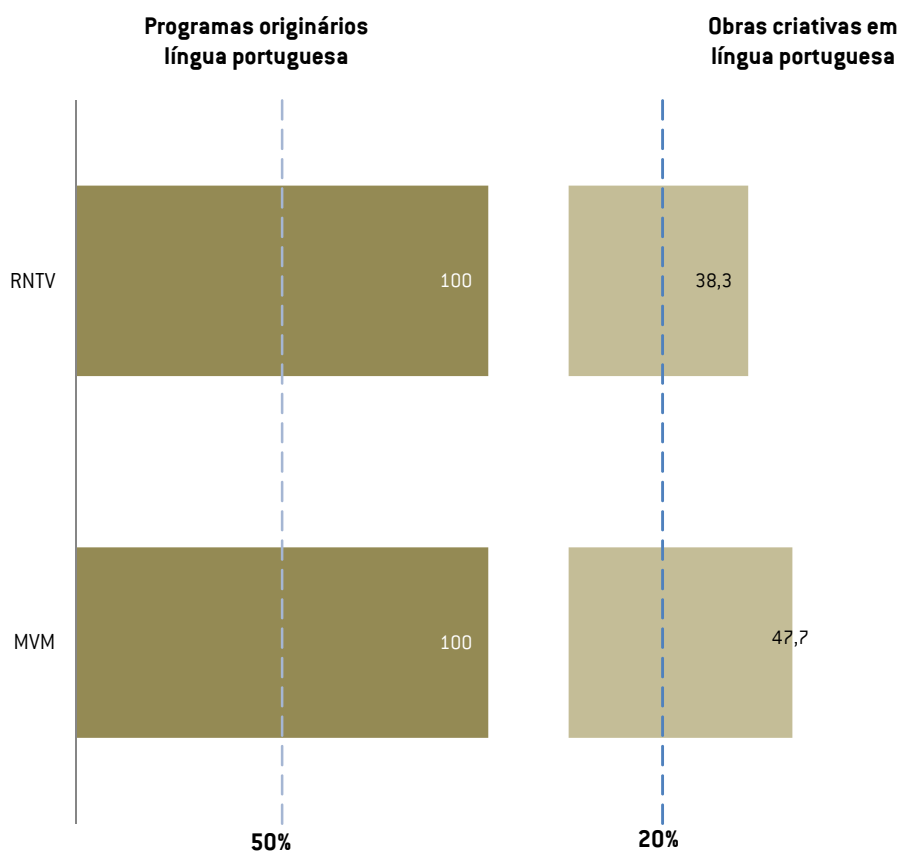
Os serviços de programas do operador SPORT TV Portugal alcançaram a percentagem de 50% na difusão de programas em língua portuguesa em todos os serviços de programas.

Já no que se refere à difusão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, apenas o serviço de âmbito internacional, *SPORT TV África 1*, atingiu os 20% exigidos.

Na avaliação do cumprimento desta quota deverá considerar-se o critério de aplicação previsto no artigo 47.º da LTSA, tendo em conta a natureza específica dos serviços de programas de temática desportiva, cuja grelha de programação é constituída essencialmente por transmissões de eventos desportivos e programas de informação relacionados com desporto. Os serviços de âmbito internacional estão isentos do cumprimento destas quotas.

- **NEXT TV – Televisão, Rádio e Multimédia**

**Fig. 7 – Percentagem de programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa**

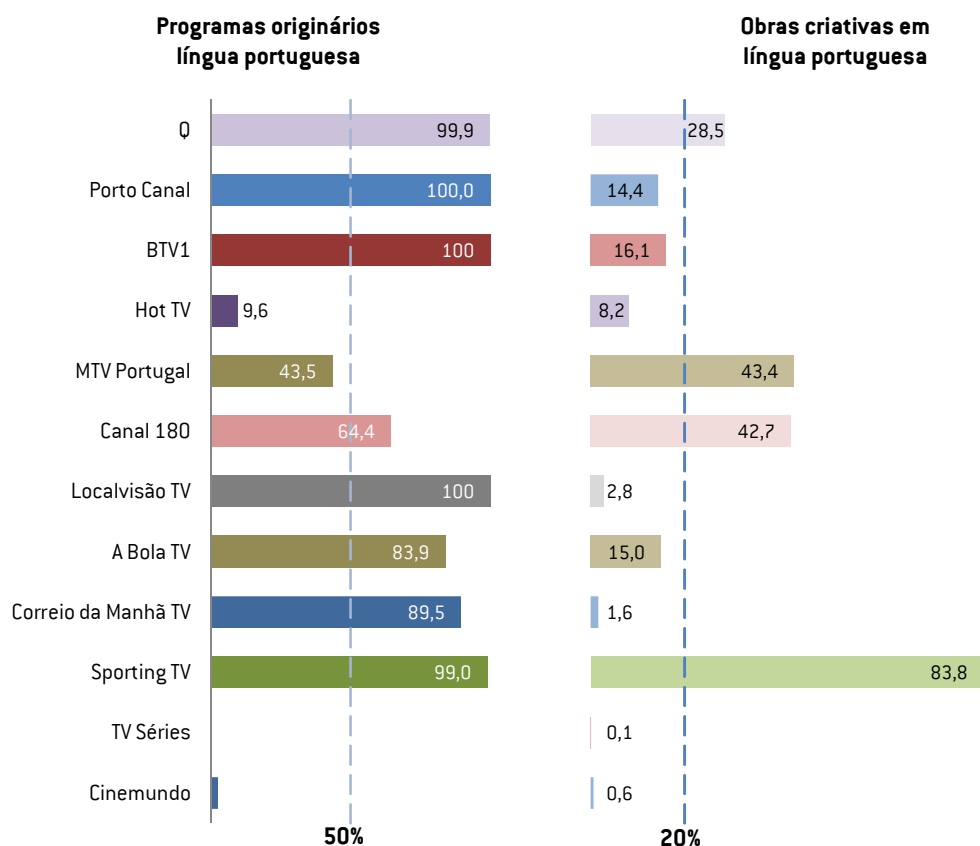


Os serviços de programas *RNTV* e *MVM* do operador Next TV continuam, em 2016, a alcançar percentagens muito elevadas de programas originariamente em língua portuguesa, atingindo o valor máximo, como nos anos anteriores.

Quanto aos programas criativos de produção originária em língua portuguesa, a percentagem atingida situou-se acima do mínimo exigido de 20%.

- **Outros operadores de televisão**

Fig. 8 – Percentagem de programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa



Os serviços de programas Q, *Porto Canal*, *BTV1*, *Sporting TV* e *Localvisão TV* alcançaram percentagens de programas originariamente em língua portuguesa muito próximo dos 100%. Os serviços *TV Séries*, *Cinemundo*, *Hot TV* e *MTV Portugal* não alcançaram os valores fixados, ficando este último próximo, cerca de 44%.

Quanto aos programas criativos, apenas os serviços Q, *MTV Portugal*, *Canal 180* e *Sporting TV* cumprem a percentagem mínima de 20% prevista na LTSAP.

Os restantes serviços de programas não cumprem os valores exigidos em virtude da sua natureza temática. Salienta-se a recomendação ao *Porto Canal*, canal generalista desde setembro de 2016, cuja descida de 16 pontos percentuais face a 2015, o faz situar abaixo do limite mínimo de difusão de obras criativas em língua portuguesa.

## 1. NOTA INTRODUTÓRIA

### 1.1. ENQUADRAMENTO LEGAL

Os serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional estão sujeitos a avaliação anual no que diz respeito ao cumprimento das obrigações previstas nos artigos 44.º a 46.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP) e que se referem à defesa da língua portuguesa, produção europeia e produção independente.

Os operadores de televisão devem incorporar uma percentagem maioritária de obras europeias na programação dos seus serviços, uma vez deduzido o tempo dedicado aos noticiários, manifestações desportivas, concursos, publicidade, televenda e teletexto, nos termos do artigo 45.º da LTSAP.

Devem ainda assegurar, nos termos do artigo 46.º da referida lei, que pelo menos 10 % da respetiva programação, com exclusão dos tempos anteriormente referidos, sejam preenchidos através da difusão de obras criativas de produção independente europeias, produzidas há menos de cinco anos.

Os serviços de programas classificados como generalistas devem ainda dedicar, de acordo com o disposto no n.º 2 do artigo 46.º da mesma lei, pelo menos metade do tempo da percentagem da programação referida no n.º 1 do referido artigo «à difusão de obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos».

Para o apuramento das percentagens previstas nos n.ºs 1 e 2 do artigo 46.º da LTSAP, são contabilizadas «somente as primeiras cinco exposições de cada obra, independentemente do ano em que sejam exibidas».

O relatório resultante dessa avaliação, no que diz respeito à produção europeia e produção independente, é apresentado à Comissão Europeia, em relatório bienal, para efeitos do cumprimento do disposto nos artigos 16.º e 17.º da Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual (SCSA). São seguidos os critérios de aplicação definidos nos artigos 47.º da LTSAP e as orientações para a aplicação dos artigos 16.º e 17.º da DSCSA, constantes do *Revised guidelines for monitoring the application of articles 16 and 17 of the audiovisual media services directive*<sup>1</sup> e do *Manual de Classificação*, da ERC.

São ainda apresentados os percentuais relativos à incorporação de obras de produção europeia pelos serviços audiovisuais a pedido, assim como previsto no n.º 2 do artigo 45.º da LTSAP e o disposto no art.º 13.º da Diretiva SCSA, que determina «os Estados-membros devem assegurar que os serviços de comunicação social audiovisual a pedido prestados por fornecedores de serviços de comunicação social sob a sua jurisdição promovam, quando viável e pelos meios adequados, a produção de obras europeias e o acesso às mesmas. Tal promoção pode dizer respeito, por exemplo, à contribuição financeira de tais produtos para a produção e aquisição de direitos de obras europeias ou à percentagem e/ou relevo das obras europeias no catálogo de programas oferecido pelo serviço de comunicação social audiovisual a pedido».

---

<sup>1</sup>[http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/tvwf/eu\\_works/guidelines\\_2011\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/tvwf/eu_works/guidelines_2011_en.pdf)

## 1.2. DEFINIÇÕES

Para efeitos da leitura do presente relatório, entende-se por:

- **Obras europeias** (alínea n) do n.º 1 do artigo 1.º da Diretiva SCSA), alínea j) do n.º 1 do artigo 2.º da LTSAP:
  - i) as obras originárias de Estados-membros;
  - ii) as obras originárias de Estados terceiros europeus que sejam parte na Convenção Europeia sobre a Televisão Transfronteiras do Conselho da Europa e satisfaçam as seguintes condições:
  - iii) as obras que, realizadas essencialmente com a participação de autores e trabalhadores residentes em um ou mais dos Estados a que se referem essas disposições, satisfaçam uma das três condições seguintes:
    - . serem realizadas por um ou mais produtores estabelecidos em um ou vários desses Estados,
    - a produção dessas obras ser supervisionada e efetivamente controlada por um ou mais produtores estabelecidos em um ou vários desses Estados,
    - a contribuição dos coprodutores desses Estados para o custo total da coprodução ser maioritária e a coprodução não ser controlada por um ou mais produtores estabelecidos fora desses Estados.
  - iv) as obras coproduzidas no âmbito de acordos referentes ao sector audiovisual celebrados entre a União e países terceiros e que cumpram as condições estabelecidas em cada um desses acordos;
  - v) as obras que não sejam europeias na aceção da alínea n) do n.º 1, do citado artigo 1.º da Diretiva, mas sejam produzidas ao abrigo de acordos bilaterais de coprodução celebrados entre Estados-membros e países terceiros são consideradas obras europeias sempre que caiba aos coprodutores da União a parte maioritária do custo total da sua produção e esta não seja controlada por um ou mais produtores estabelecidos fora do território dos Estados-membros (n.º 4 art.º 1.º da DSCSA).
- **Obra de produção independente** - obra produzida por um produtor independente e que satisfaça cumulativamente os seguintes requisitos:
  - i) detenção da titularidade dos direitos sobre a obra produzida pelo produtor independente, com a clara definição contratual do tipo e duração dos direitos de difusão cedidos aos operadores de televisão (ponto i) da alínea i) do n.º 1 do artigo 2.º da LTSAP);
  - ii) obra produzida com autonomia criativa e liberdade na forma de desenvolvimento, nomeadamente no que respeita à escolha dos estúdios, atores, meios e distribuição (ponto ii) da alínea i) do n.º 1 do artigo 2.º da LTSAP).
- **Produtor independente** - pessoa coletiva cuja atividade principal consista na produção de obras cinematográficas ou audiovisuais, desde que se verifiquem cumulativamente os seguintes requisitos (alínea p) do n.º 1 do artigo 2.º da LTSAP):
  - i) capital social não detido, direta ou indiretamente, em mais de 25 % por um operador de televisão ou em mais de 50 % no caso de vários operadores de televisão;

ii) limite anual de 90 % de vendas para o mesmo operador de televisão.

## 2. PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

Os valores apurados, em 2016, relativos à totalidade das emissões de cada serviço de programas de cobertura nacional são cotejados com o ano de 2015 de forma a aferir-se a evolução, em pontos percentuais, dos diversos operadores de televisão na difusão de obras audiovisuais.

Na presente análise distinguem-se os serviços de programas de âmbito internacional e de âmbito regional que não são sujeitos ao cumprimento do disposto nos artigos 45.º e 46.º da LTSAP. Não obstante sempre que estes dados sejam facultados pelos operadores, os mesmos são dispostos no quadro, devidamente assinalados.

Assim, foram avaliados 47 serviços de programas. O *Benfica TV2* viu a sua autorização revogada e o *Económico TV* cessou emissões, em 2016, não tendo sido incluídos nesta análise.

Assinala-se ainda que os serviços de programas autorizados em 2016 - *Canal NOS*, *Kurios TV e SPORT TV+* - não completaram um ano de emissão pelo que este conjunto de obrigações legais, fundadas na análise de um ano de emissão, só serão aferidas em 2017.

Pela leitura da figura 1, verifica-se que a descida mais significativa nas obras de produção europeia ocorre no serviço de programas *SIC Caras*, na ordem dos 36 pontos percentuais e a maior subida na *SIC Notícias*, com cerca de 21 pontos percentuais, face a 2015.

Relativamente às obras de produção independente recente, as maiores descidas ocorrem na *RTP3* e *Porto Canal* na ordem dos 30 pontos percentuais e a subida mais expressiva no *BTV1*, com 17 pontos percentuais.

Fig. 1 – Percentagens de obras de produção europeia e de produção independente – 2016

Operadores	Serviços de programas	Produção europeia (%)			Produção independente recente (%)		
		2015	2016	Var.15/16	2015	2016	Var.15/16
RTP	RTP1	84,4	86,5	2,1 ↑	56,4	34,2	22,2 ↓
	RTP2	73,7	75,5	1,8 ↑	29,1	31,0	1,9 ↑
	RTP3	99,9	94,2	-5,7 ↓	61,4	28,8	32,6 ↓
	RTP Internacional**	90,4	99,7	9,3 ↑	57,9	37,7	20,2 ↓
	RTP África	97,1	92,7	-4,4 ↓	57,9	59,3	1,4 ↑
	RTP Memória	99,1	99,7	0,6 ↑	25,4	37,7	12,3 ↑
	RTP Madeira*	97,8	97,2	-0,6 ↓	32,2	18,4	13,8 ↓
	RTP Açores *	99,0	98,4	-0,6 ↓	30,6	33,6	3,0 ↑
SIC	SIC	54,1	64,4	10,3 ↑	44,0	51,7	7,7 ↑
	SIC Radical	51,4	48,1	-3,3 ↓	31,3	27,2	-4,1 ↓
	SIC Mulher	44,0	37,0	-7,0 ↓	11,4	11,4	0,0 —
	SIC K	26,8	33,8	7,0 ↑	4,3	8,2	3,9 ↑

	SIC Notícias	66,3	87,9	21,6	↑	33,2	22,3	-	10,9	↓
	SIC Caras	86,9	50,6	-36,3	↓	21,8	26,8	5,0		↑
TVI	TVI	84,1	93,1	9,0	↑	27,2	34,4	7,2		↑
	TVI 24	82,9	84,2	1,3	↑	5,3	2,3	-3,0		↓
	TVI Ficção	100,0	99,9	-0,1	↓	1,5	0,1	-1,4		↓
NOS PUB e Conteúdos	TVC1	28,3	38,6	10,3	↑	13,2	11,3	-1,9		↓
	TVC2	36,3	50,3	14,0	↑	13,5	11,6	-1,9		↓
	TVC3	20,8	19,1	-1,7	↓	8,4	6,7	-1,7		↓
	TVC4	20,8	14,7	-6,1	↓	4,9	3,8	-1,1		↓
NOS LUSOMUNDO TV	TV Séries	6,1	4,3	-1,8	↓	3,1	1,8	-1,3		↓
DREAMIA	MOV	11,6	13,3	1,7	↑	2,9	0,9	-2,0		↓
	Canal Panda	57,3	54,9	-2,4	↓	20,5	11,1	-9,4		↓
	Panda Biggs	39,8	29,2	-10,6	↓	9,4	6,5	-2,9		↓
	Hollywood	3,4	7,2	3,8	↑	0,2	1,0	0,8		↑
	Canal BLAST**	6,5	3,6	-2,9	↓	0,3	0,0	-0,3		↓
CINEMUNDO, Lda	Cinemundo	28,2	28,2	0,0	—	1,1	0,0	-1,1		↓
SPORT TV	Sport TV 1	80,9	80,2	-0,7	↓	14,3	11,6	-2,7		↓
	Sport TV 2	60,8	68,6	7,8	↑	33,1	34,0	0,9		↑
	Sport TV 3	47,7	53,2	5,5	↑	31,1	34,3	3,2		↑
	Sport TV 4	36,6	35,0	-1,6	↓	35,8	36,0	0,2		↑
	Sport TV5	67,3	52,8	-14,5	↓	32,4	39,5	7,1		↑
	Sport TV África 1**	100,0	100	0,0	—	46,5	13,1	-	33,4	↓
	Sport TV África 2**	67,0	55,4	-11,6	↓	20,0	48,7	28,7		↑
NEXT TV	RNTV	98,8	99	0	—	15,7	17,5	1,8		↑
	MVM	100,0	94,1	-5,9	↓	12,2	10,4	-1,8		↓
CANAL O	O	100,0	100	0,0	—	0,3	0,4	0,1		↑
AV.ALIADOS	Porto Canal	99,4	100	0,6	↑	30,5	0,0	-	30,5	↓
BENFICA TV	BTV1	100	100	0	—	19,7	36,8	17,1		↑
FILMES HOTGOLD	Hot TV	10,9	19,3	8,4	↑	6,0	13,3	7,3		↑
MTV NETWORKS	MTV Portugal	52,7	54,5	1,8	↑	0,0	0,0	0,0		—
OSTV	Canal 180	87,2	84,5	-2,7	↓	22,3	24,2	1,9		↑
CANALVISÃO	Localvisão TV	100,0	100	0	—	0,3	0,1	-0,2		↓
VICRA COMUNICAÇÕES	A Bola TV	65,0	74,4	9,4	↑	14,2	13,8	-0,4		↓
COFINA	Correio da Manhã TV	71,3	67,3	-4,0	↓	0,3	0,0	-0,3		↓
SPORTING PLATAFORMAS	Sporting TV	94,4	99,6	5,2	↑	37,1	44,7	7,6		↑

\*Os serviços de programas de âmbito regional não estão obrigados ao cumprimento dos artigos 45.º e 46.º da LTSAP.

\*\* Os serviços de programas de âmbito internacional não estão obrigados ao cumprimento dos artigos 45.º e 46.º da LTSAP.

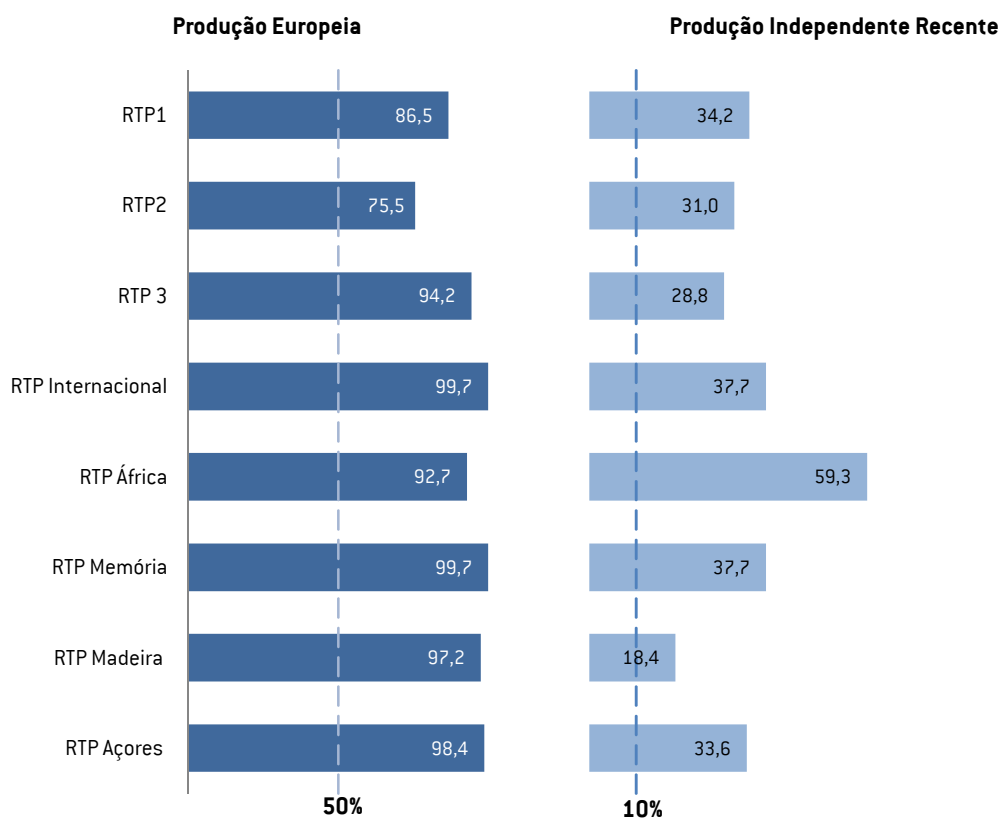


### 3. PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE POR OPERADOR

Nas figuras seguintes será feita uma análise, por operador, das percentagens atingidas nos diversos serviços de programas, em 2016, nos programas de produção europeia e produção independente recente, tendo por base os referenciais de 50% e 10% respetivamente.

- **Rádio e Televisão de Portugal**

Fig. 2 – Produção europeia e produção independente recente (%)



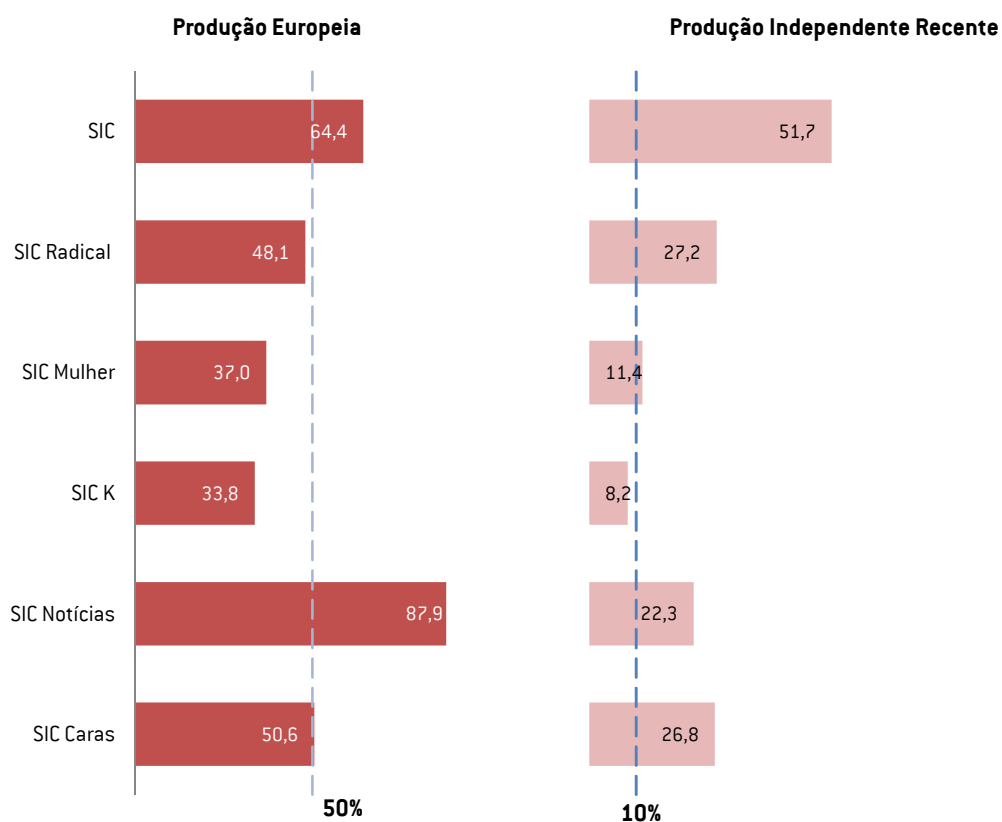
No ano de 2016, os serviços de programas do operador RTP apresentaram uma percentagem maioritária de obras europeias na programação de todos os seus serviços, cumprindo o disposto no art.º 45.º da LTSAP.

As percentagens obtidas nos diversos serviços deste operador oscilaram entre 75,5 %, na *RTP2*, e os cerca de 99,7 % na *RTP Internacional* e *RTP Memória*. Os valores registados resultam da dedução dos tempos dedicados a obras de exclusão, como sejam os noticiários, manifestações desportivas e publicidade.

Quanto às obras criativas de produção independente europeias, produzidas há menos de cinco anos, ultrapassaram os 10 % exigidos em todos os serviços. A grande alteração prende-se com a programação da *RTP Memória* que, pela primeira vez, ultrapassa em cerca de 27 pontos percentuais a quota de referência. Tal facto deve-se à alteração da programação que inclui uma grelha com programas mais recentes.

## • SIC – Sociedade Independente de Comunicação

Fig. 3 – Produção europeia e produção independente recente (%)



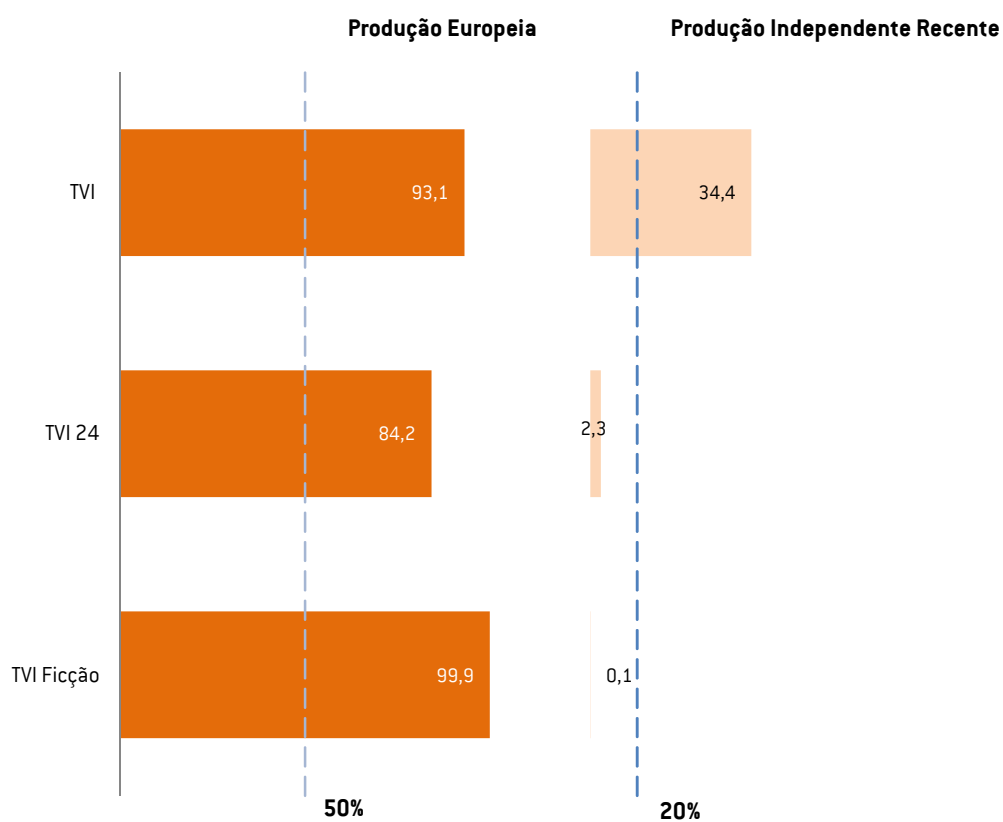
Dos serviços de programas do operador SIC, a *SIC K*, *SIC Mulher* e *SIC Radical* situaram-se aquém da percentagem maioritária de obras europeias. De salientar que embora a *SIC Caras* se encontre no limite do referencial é o canal que apresenta maior descida face a 2015, cerca de 30 pontos percentuais.

As percentagens mais elevadas registaram-se no serviço temático de informação, *SIC Notícias*, 87,9 % tal como registado em anos anteriores por este valor ser apurado depois de deduzido os tempos dedicados a obras de exclusão, como sejam os noticiários, manifestações desportivas e publicidade.

Quanto à difusão de obras criativas de produção independente recente, apenas o serviço de programas *SIC K* não alcançou os 10 % da programação, apresentando uma subida de 4 pontos percentuais face a igual período de 2015.

- TVI – Televisão Independente

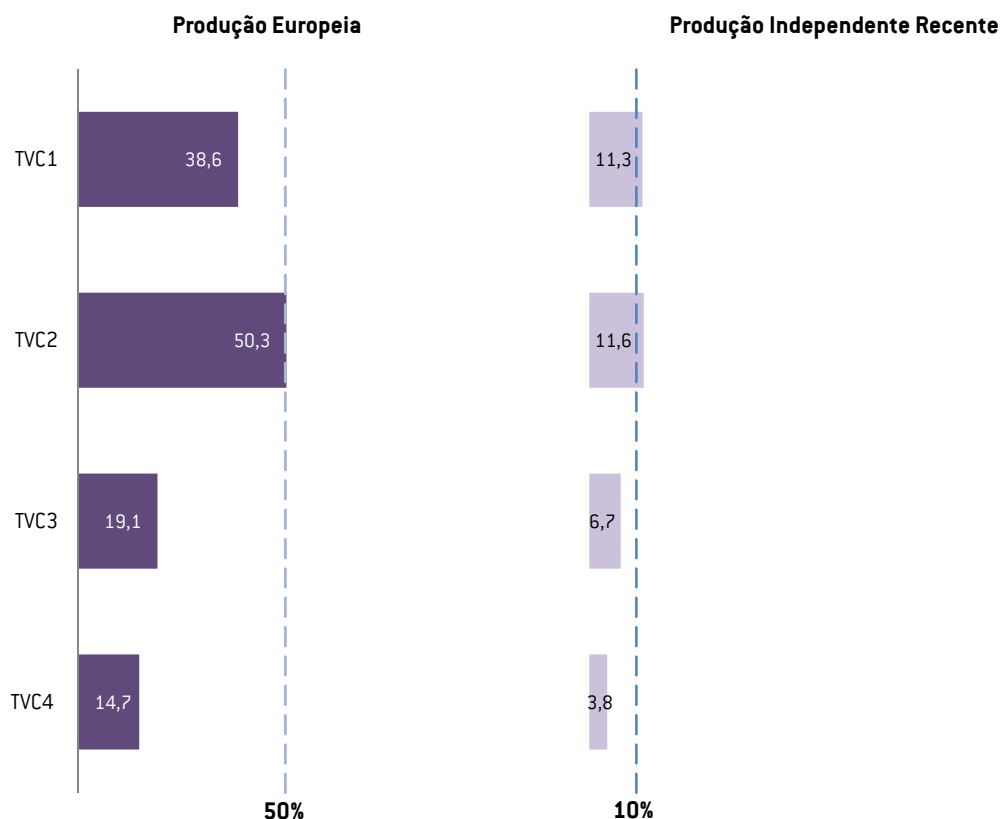
Fig. 4 – Produção europeia e produção independente recente (%)



No que se refere à produção europeia, os serviços de programas do operador TVI registam valores acima da quota prevista, entre os 84,2 %, na *TVI24*, e os 99,9%, na *TVI Ficção*. Relativamente à difusão de obras independentes de produção recente, apenas a *TVI* cumpriu a quota prevista, tendo os restantes serviços evidenciado valores aquém dos 10 % e com descidas face a 2015.

- **NOSPUB- Publicidade e Conteúdos**

**Fig. 5 – Produção europeia e produção independente recente (%)**



Nos serviços de programas temáticos de cinema e séries do operador NOS – Publicidade e Conteúdos, apenas o *TVC2* atinge a quota de obras europeias prevista no n.º 1 do artigo 45.º da LTSAP, manifestando uma tendência de subida nos demais serviços do operador.

Esta tendência é inversa à registada ao nível da produção independente recente, contudo apenas a *TVC3* e a *TVC4* não cumprem o estipulado na lei.

Procedeu-se ainda à avaliação de progressividade determinada pela ERC na deliberação n.º 10/OUT-TV/2011, de 1 de junho, onde se insta o operador a «incorporar na programação dos serviços de programas que detém, em cada ano, a partir de 2011, mais 10 % de (...) produção europeia, tendo por base o valor mais elevado já atingido nos diferentes anos, pelos diversos serviços». Na figura 6, constam os valores que servem de referência para a verificação da existência de progressividade, com o valor mínimo que estes serviços deveriam atingir em 2015 e a percentagem alcançada pelos mesmos nesse período.

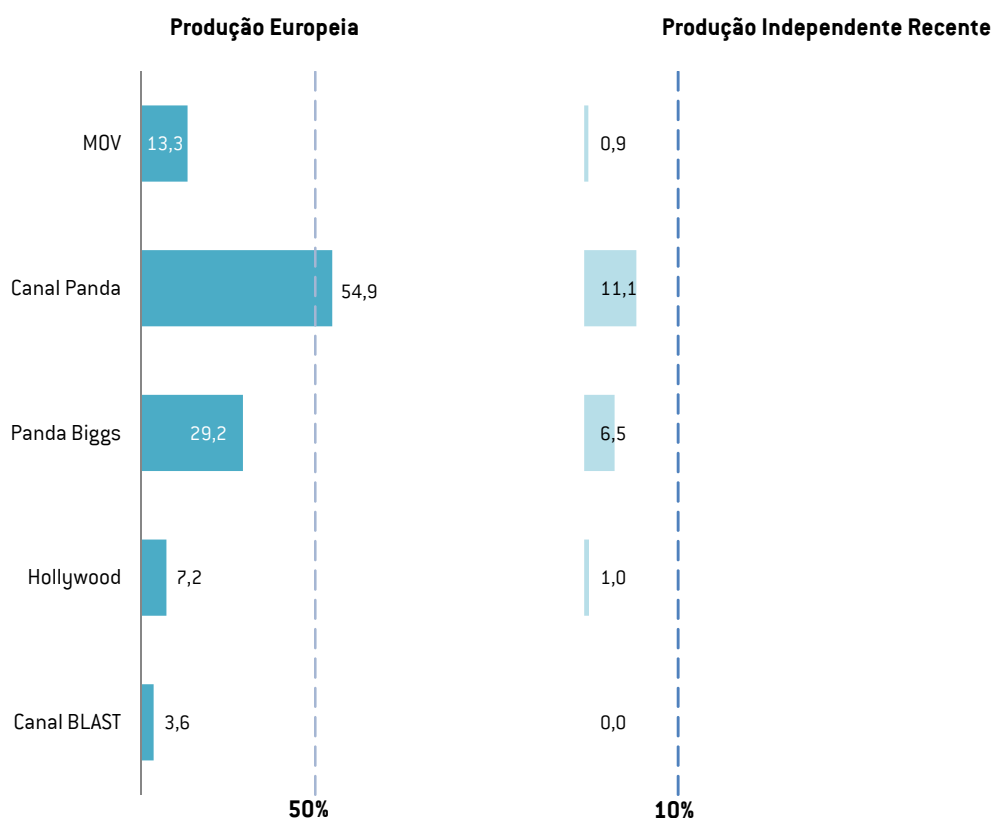
**Fig. 6 – Evolução da produção europeia 2016**

Operador	Serviços de programas	Produção europeia		
		Valor base	Meta 2016	Quota 2016
NOS PUB e CONTEÚDOS	TVC1	21,9	24,1	38,6
	TVC2	27,9	30,6	50,3
	TVC3	20,6	22,7	19,1
	TVC4	25,0	27,5	14,7

Assim, verificou-se que de todos os serviços do operador NOS PUB – Publicidade e Conteúdos apenas *no TVC1 e TVC2*, o qual atinge a percentagem maioritária, é cumprida a determinação da ERC na transmissão de obras de produção europeia.

- **DREAMIA – Serviços de Televisão**

**Fig. 7 – Produção europeia e produção independente recente (%)**



Os serviços de programas do operador DREAMIA, que exibem obras cinematográficas e séries predominantemente de origem americana, revelaram descidas, na transmissão de obras europeias, relativamente aos valores alcançados em 2015. Contudo, o canal Hollywood manifesta uma ligeira subida. Apenas o serviço infantil *Canal Panda* ultrapassou uma percentagem maioritária, com 54,9 %.

Quanto à produção independente recente, registaram-se descidas em todos os serviços do operador DREAMIA, à exceção do Hollywood com uma ligeira subida.

Tal como aconteceu com os serviços do operador NOS, o operador foi instado (deliberação n.º 11/OUT-TV/2011, de 1 de junho) a «incorporar na programação dos serviços de programas *MOV* e *Hollywood*, em cada ano, a partir de 2011, mais 10 % de (...) produção europeia, e de produção independente recente».

Na figura 8, constam os valores que servem de referência para a confirmação da existência de progressividade, com o valor mínimo que estes serviços deveriam atingir em 2015 e a percentagem alcançada nesse período.

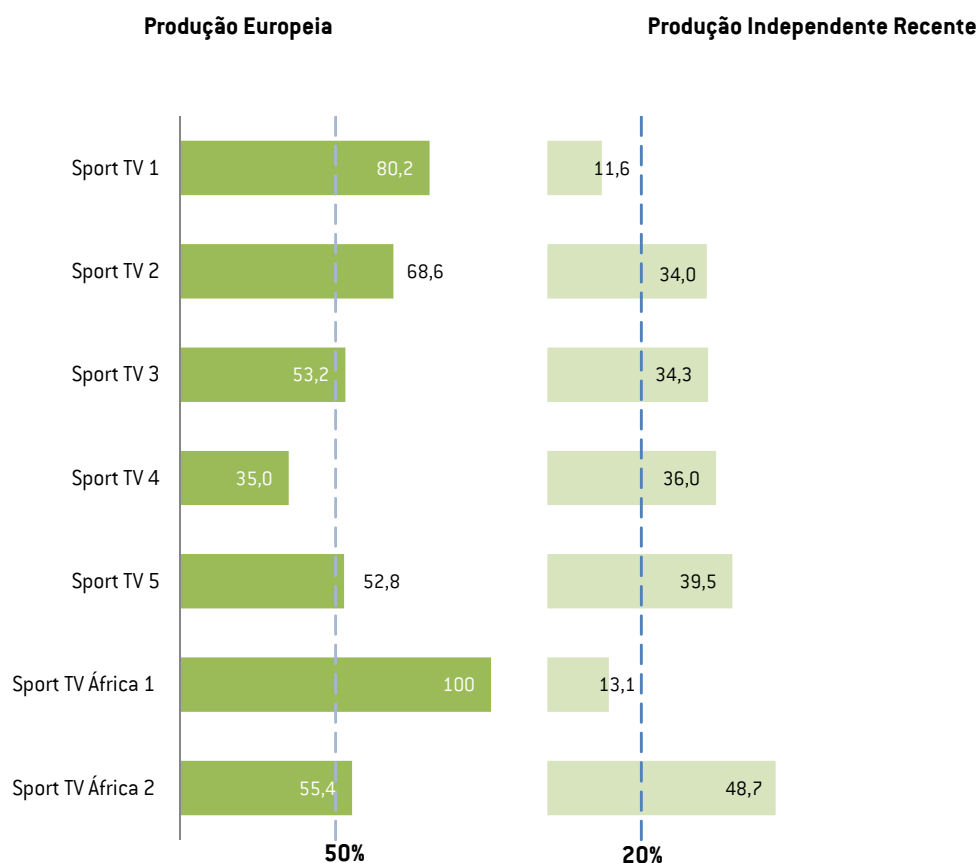
**Fig. 8 – Evolução da produção europeia 2015 (%)**

Operador	Serviços de programas	Produção europeia		
		Valor base	Meta 2016	Quota 2016
DREAMIA	MOV	4,3	4,8	13,3
	Hollywood	5,0	5,5	7,2

Assim, verifica-se que em ambos os serviços de programas *MOV* e *Hollywood* foi cumprida a progressividade de 10 % recomendada pelo Conselho Regulador da ERC.

- **SPORT TV PORTUGAL**

**Fig. 9 – Produção europeia e produção independente recente (%)**

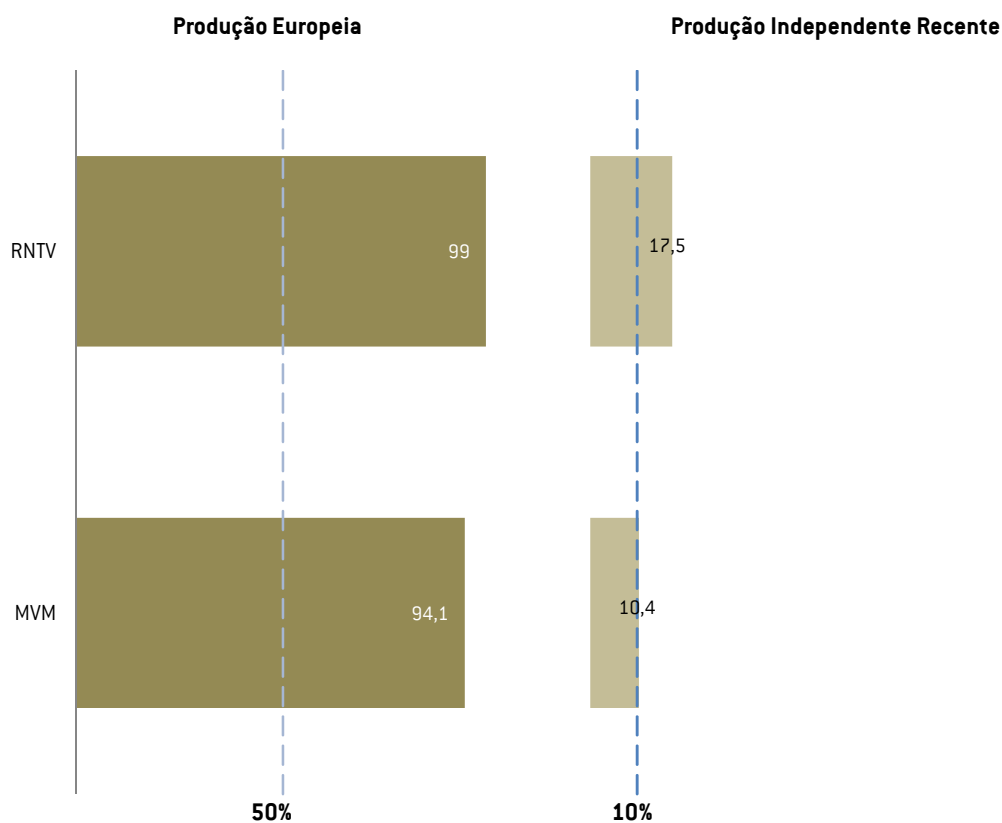


Os serviços de programas do operador Sport TV apresentaram percentagens maioritárias de obras europeias, tendo em atenção que a maior parte da sua programação é constituída por manifestações desportivas.

No que diz respeito à produção independente recente, os valores são elevados em todos os serviços, situando-se entre os 11,6 %, na *Sport TV1*, e os 48,7 %, na *Sport TV África2*.

- **NEXT TV – Televisão, Rádio e Multimédia**

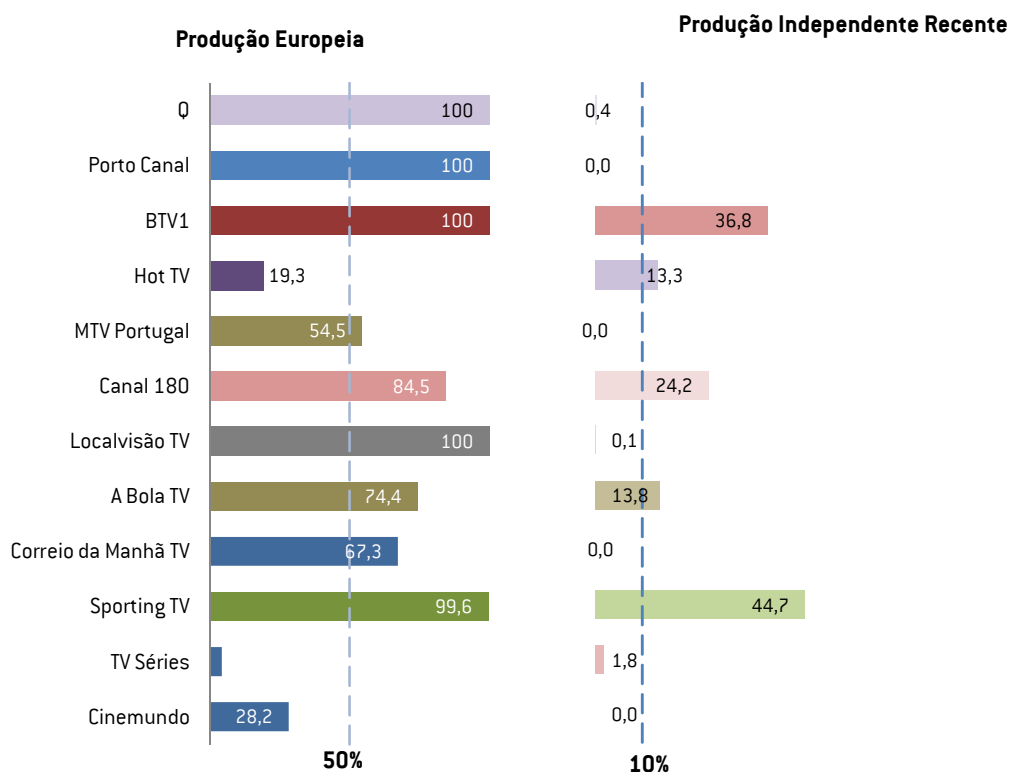
**Fig. 10 – Produção europeia e produção independente recente (%)**



Os serviços de programas *RTV* e *MVM* do operador NEXTV continuam a transmitir uma percentagem elevada de obras de produção europeia, com valores próximos de 100 %. No que diz respeito às obras de produção independente recente, ambos os serviços atingiram a quota de referência.

- **Outros operadores de televisão**

**Fig. 11 – Produção europeia e produção independente recente (%)**



Relativamente aos operadores que só detêm um serviço de programas, regista-se uma grande disparidade ao nível da incorporação de obras de produção europeia na programação, o que se deve à especificidade das temáticas dos serviços em análise. Assim, encontramos serviços a apresentar uma percentagem máxima, tais como o *Canal Q*, *Porto Canal*, *BTV1* e a *Localvisão* e a *TV Séries*, *Hot TV* e *Cinemundo* com um percentual áquem do previsto.

Quanto à produção independente recente, cinco serviços apresentaram valores acima do estipulado, sendo a percentagem nula no *Porto Canal*, *MTV Portugal*, *CMTV* e *Cinemundo*.

#### 4. OBRAS CRIATIVAS DE PRODUÇÃO INDEPENDENTE EUROPEIA RECENTE, EM LÍNGUA PORTUGUESA

**Fig. 12 – Produção europeia e produção independente recente (%)**

Operador	Serviços de programas	Obras criativas de produção independente europeia recente, em língua portuguesa
RTP	RTP1	31,6
	RTP2	13,5
SIC	SIC	47,5
TVI	TVI	20,7



A Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, introduziu no n.º 2, do artigo 46.º, regras específicas para os serviços de programas generalistas. Assim, estes «devem dedicar pelo menos metade do tempo da percentagem da programação» referida no número anterior (10 %) «à difusão de obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos».

De acordo com os dados apurados, esse valor foi amplamente ultrapassado pelos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre. A SIC apresentou o volume de horas mais elevado, o qual representa percentualmente quase metade da totalidade de produção independente recente, 47,5%.

De assinalar que o serviço de programas generalista de acesso não condicionado com assinatura CMTV não apresenta qualquer obra audiovisual que integre os critérios supra.

## 5. PRODUÇÃO EUROPEIA NOS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO

No quadro seguinte constam as percentagens relativas à incorporação de obras de produção europeia dos serviços audiovisuais a pedido, tal como disposto no n.º 2 do artigo 45.º da LTSAP «[...] devem contribuir para a promoção de obras europeias, designadamente através da contribuição financeira para a sua produção ou da sua incorporação progressiva no respetivo catálogo».

**Fig. 13 – Produção europeia (%)**

Operador de distribuição-serviços audiovisuais a pedido	Nº de obras em catálogo	Nº de obras europeias	% europeias
NOWO - Communications, S.A	1622	511	31,5
MEO - PT Comunicações, S.A.	17117	3821	22,3
Vodafone Portugal, S.A.	12407	3315	26,7
NOSPUB – Publicidade e Conteúdos, S.A.	24628	9408	38,2

Relativamente aos operadores de distribuição com serviços de VOD, verifica-se uma integração de obras europeias não proporcional ao número total de obras disponibilizadas pelos operadores. Assim, à exceção da NOS que disponibiliza o maior número de obras em catálogo e a maior percentagem de obras europeias, 38%, as restantes integrações são inversamente proporcionais, ou seja quanto maior o número de obras disponíveis, menor a percentagem de obras europeias. Segue-se a NOWO com 31,5 % de obras europeias, depois a VODAFONE, 26,7 % e por último a MEO, com 22,3 %.

## O MERCADO AUDIOVISUAL PORTUGUÊS

### 1. NOTA INTRODUTÓRIA

O mercado do audiovisual em Portugal, no âmbito dos serviços de televisão linear, tem sofrido nos últimos anos algumas alterações, motivada pela entrada de novos agentes de iniciativa privada. A produção de conteúdos, ainda que incentivada por algum investimento público, é determinada pelos grandes produtores internacionais.

Um fator que influi na programação dos canais generalistas em sinal aberto prende-se com uma audiência fragmentada que procura conteúdos à medida, permanecendo estes serviços dirigidos a um público-alvo com características mais homogêneas que, em 2016, representaram cerca de 55% do total das audiências<sup>1</sup>.

Outro fator relaciona-se com a retração do mercado publicitário, nomeadamente no tradicional intervalo publicitário, e consequentes intrusões das mensagens de natureza publicitária nos conteúdos televisivos.

Não obstante, a produção independente e a produção nacional têm procurado assegurar um papel na indústria global, com presença nos principais serviços de programas generalistas, em sinal aberto (*RTP1, RTP2, SIC e TVI*).

Os resultados apresentados neste capítulo refletem o panorama das produções que são emitidas, nos serviços de programas generalistas e temáticos infantis/juvenis (*Canal Panda, Biggs e SICK*), no ano de 2016.

Das análises seguintes são retirados os tempos dos programas de informação, de desporto, os serviços religiosos, os tempos de antena e as mensagens de publicidade, conforme orientações da Diretiva “Serviços de Comunicação Social Audiovisual” (Diretiva SCSA). Assim, integram a análise os programas de natureza criativa, cuja produção deriva diretamente da atividade do sector industrial do audiovisual, com reflexos na sua cadeia de valor.

As análises setoriais, programação cinematográfica e infantil-juvenil, são feitas sobre os tempos das primeiras exibições

É ainda de referir que a indústria audiovisual em Portugal tem vindo a gerar obras com potencial de exportação no género ficção - telenovelas e algumas séries- em especial para o mercado da América Latina e África. No último ponto deste capítulo será feita uma alusão à presença das obras de ficção de produção nacional, dos quatro canais em sinal aberto, no mundo.

Os dados apresentados neste relatório têm como fontes o portal de televisão da ERC, dados fornecidos pelos operadores de televisão e a Markdata Media Workstation, da Mediamonitor.

---

<sup>1</sup> Fonte GFK/CAEM

O levantamento dos indicadores e consequente análise tiveram por base os seguintes pontos:

- Autorizações, renovações e revogações de serviços de programas televisivos
- Programas de 1ª exibição e repetições
- Produção independente de origem nacional e estrangeira
- Produção nacional independente
- Géneros de produção nacional independente
- *Ranking* das produtoras nacionais independentes
- Principais países fornecedores de conteúdos para o mercado nacional
- Mercado cinematográfico nos serviços generalistas
- Produção infantil-juvenil nos serviços de programas generalistas vs temáticos infantis-juvenis
- Mercado de exportação de obras de ficção de produção nacional

## 2. SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

O desporto e a religião marcaram as temáticas dominantes nas autorizações para a atividade de televisão, solicitadas em 2016. Vimos surgir o primeiro serviço de programas de desporto-SPORTV+, do grupo da SPORT TV Portugal, SA de acesso não condicionado, com assinatura. O *Kurios TV* é o primeiro serviço de programas de natureza religiosa sob jurisdição nacional.

O ano é também marcado pela renovação de três autorizações de serviços de programas do operador SIC – *SIC Internacional*, *SIC Notícias* e *SIC Radical*- e pela cessação das emissões de quatro serviços televisivos e consequente revogação das autorizações – *SIC Especial*, *+Novelas*, *BTV2* e *SPORT TV Américas*.

**Fig. 1 – Deliberações referentes ao exercício de atividade televisiva 2016**

Deliberações	Serviço de Programas	Temática	Âmbito de Cobertura	Acesso
<b>AUTORIZAÇÕES</b>				
ERC/29/2016 (AUT-TV)	<i>FUEL TV</i>	Desporto	Internacional	Não condicionado
ERC/2016/102 (AUT-TV)	<i>Canal NOS</i>	Entretenimento	Nacional	
ERC/2016/105 (AUT-TV)	<i>Kurios TV</i>	Religioso	Nacional	
ERC/2016/157 (AUT-TV)	<i>Sportv+</i>	Informação Desportiva	Nacional	
<b>RENOVAÇÕES</b>				
ERC/2016/58 (AUT-TV)	<i>SIC Internacional</i>	Generalista	Internacional	Não condicionado
ERC/2016/59 (AUT-TV)	<i>SIC Notícias</i>	Informação	Nacional	
ERC/2016/65 (AUT-TV)	<i>SIC Radical</i>	Entretenimento	Nacional	
<b>REVOGAÇÕES</b>				
ERC/2016/108 (AUT-TV)	<i>SIC Especial</i>	Entretenimento	Nacional	Não condicionado
ERC/2016/148 (AUT-TV)	<i>+Novelas</i>	Novelas e Séries	Internacional	
ERC/2016/165 (AUT-TV)	<i>BTV2</i>	Desporto	Nacional	
ERC/2016/165 (AUT-TV)	<i>SPORT TV Américas</i>	Desporto	Internacional	

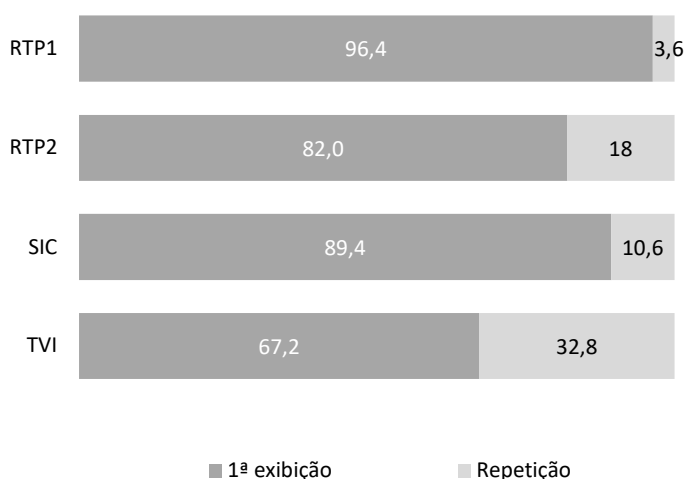
### 3. TEMPO TOTAL DE PROGRAMAS

O tempo total de programas emitido nos quatro serviços de programas generalistas RTP1, RTP2, SIC e TVI é repartido por programas de 1.ª exibição e de repetição, retirando-se as exclusões previstas pela Diretiva SCSA e acima referidas.

Fig.2 - Total de programas - 1ª exibição e repetição – 2016

Operadores	Serviços generalistas	1ª exibição		repetição		Programas h
		h	%	h	%	
RTP	RTP 1	4123	97,6	102	2,4	4225
	RTP 2	4499	83,1	920	17,0	5419
SIC	SIC	3714	79,6	953	20,4	4667
TVI	TVI	3628	72,2	1399	27,8	5027
Total		15964	82,6	3374	17,4	19338

Fig.3 – Programas de 1ª exibição e de repetição (%)



Os programas de 1ª exibição ocuparam a maior parte da programação no tempo total de programas, sendo que a *RTP2* é o serviço que mais tempo dedicou a programas de 1ª exibição, seguida da *RTP1*, da *SIC*, e por último, da *TVI*.

Os programas de repetição representam, em média, 20% da programação de cada serviço de programas, à exceção da *RTP1* em que apenas ocupa cerca de 2,4%.

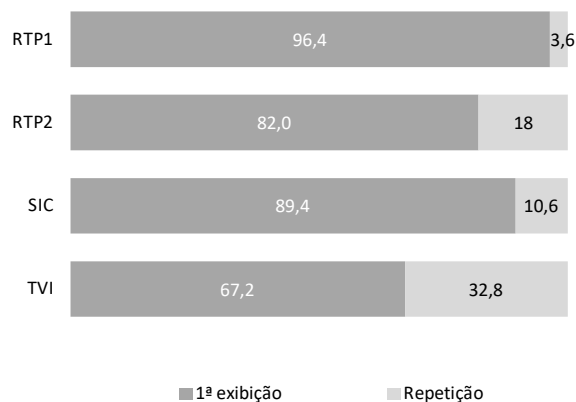
#### 4. PRODUÇÃO INDEPENDENTE

Os tempos e percentuais de programação independente incluem as produções de origem nacional e estrangeira, emitidas nos serviços de programas generalistas, em 2016.

Fig.4 - Produção independente - 2016

Operadores	Serviços generalistas	Programas (total)	Produção independente		1ª exibição		repetição	
		h	h	%	h	%	h	%
RTP	RTP 1	4225	2187	51,8	2109	96,4	78	3,6
	RTP 2	5419	4121	76,0	3378	82,0	743	18,0
SIC	SIC	4667	2882	61,8	2576	89,4	306	10,6
TVI	TVI	5027	2871	57,1	1929	67,2	942	32,8
<b>Total</b>		19338	12061	62,4	9992	82,8	2069	17,2

Fig.5 – Programas de produção independente – 1ª exibição e repetição (%)



Verifica-se que no total dos 4 canais generalistas foram exibidas 12061h de produção independente, sendo a *RTP2* o serviço que mais tempo lhe dedicou, e a *RTP1* a que menor volume de horas exibiu.

É de referir que a *RTP2* e a *SIC* apresentam percentuais similares de obras de primeira exibição, acima dos 80%, sendo a *RTP1* o serviço que tem o maior percentual de horas de primeira exibição,

com cerca de 97% e a TVI o menor, com cerca de 67%.

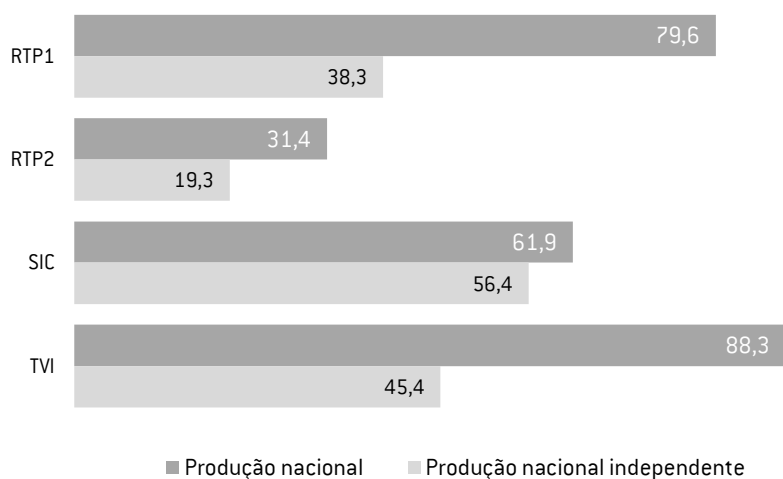
## 5. PRODUÇÃO NACIONAL

Os tempos de produção nacional e nacional independente resultam do conjunto dos programas de primeira exibição e repetição.

Fig. 6 – Programas de produção nacional - 2016

Operadores	Serviços generalistas	Total de programas	Produção nacional		Produção nacional independente	
		h	h	%	h	%
RTP	RTP1	4225	3363	79,6	1618	38,3
	RTP2	5419	1699	31,4	1045	19,3
SIC	SIC	4667	2887	61,9	2631	56,4
TVI	TVI	5027	4439	88,3	2283	45,4
<b>Total</b>		19338	10424	53,9	7577	33,1

Fig.7 – Programas de produção nacional e produção nacional independente (%)



O volume de produções de origem nacional, no conjunto dos quatro serviços de programas generalistas, representa uma percentagem maioritária do total de programas exibidos nos referidos serviços (53,9%).

A TVI foi o serviço de programas que exibiu o maior número de horas de produção nacional, e a RTP2 o menor.

Já na produção nacional independente, a SIC regista o maior volume de horas, seguida da TVI. Os serviços do operador público têm percentuais mais abaixo, entre os 20% e 38%, na RTP2 e RTP1, respetivamente.

## 6. GÉNEROS DE PRODUÇÃO NACIONAL INDEPENDENTE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS

Os géneros mais expressivos da produção nacional independente são repartidos pelos géneros ficção, infantis/juvenis, entretenimento e culturais/conhecimento.

Nas figuras seguintes, serão apresentados, na globalidade, os tempos de programas de 1ª exibição e de repetição.

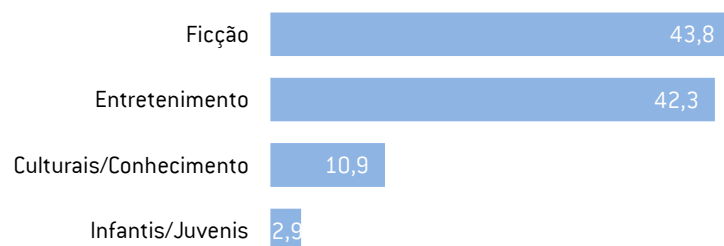
**Fig.8 - Géneros de produção nacional independente 2016 (horas)**

Géneros	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Total
<b>Ficção</b>	704	97	1030	192	2023
<b>Infantis/Juvenis</b>	47	401	0	10	458
<b>Entretenimento</b>	680	3	1571	2056	4310
<b>Culturais/Conhecimento</b>	175	532	25	0	732
<b>Total</b>	1606	1033	2626	2258	7523

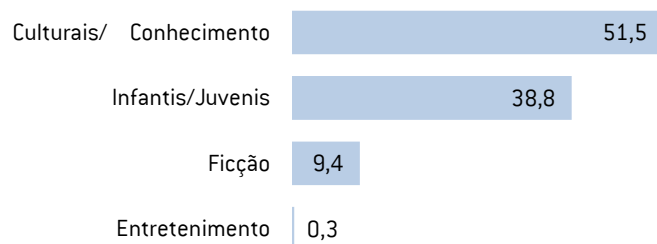
O género mais representativo, no conjunto dos quatro serviços generalistas, é o entretenimento, com 4310 horas, seguido pela ficção, 2023 horas, programais culturais, com 732 horas, e infantis/juvenis, 458 horas.

Fig.9 – Percentagens por canal/géneros de produção nacional independente

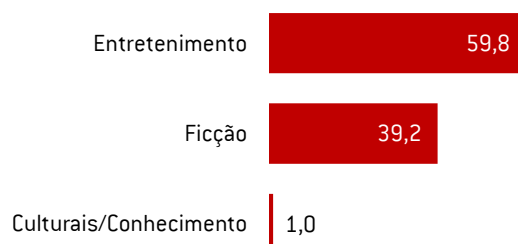
## RTP1



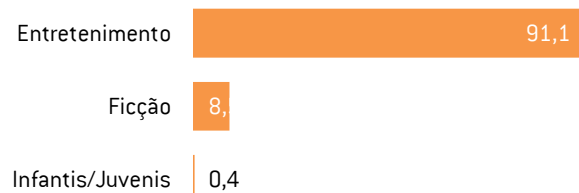
## RTP2



## SIC



## TVI





Nos serviços de programas privados, a TVI deu especial destaque aos conteúdos de entretenimento, que representam 91% da programação nacional independente, seguida da SIC com 59% e da RTP1 com 42%, percentual idêntico ao apresentado nos programas de ficção.

Já na RTP2 a maioria dos conteúdos é ocupada pelas produções culturais/conhecimento, 51,6%, seguida das produções infantis/juvenis, que representam uma faixa de 38,8%.

A produção independente do género infantil/juvenil ocupa uma faixa residual na TVI e inexistente na SIC.

## 7. PRODUTORAS NACIONAIS

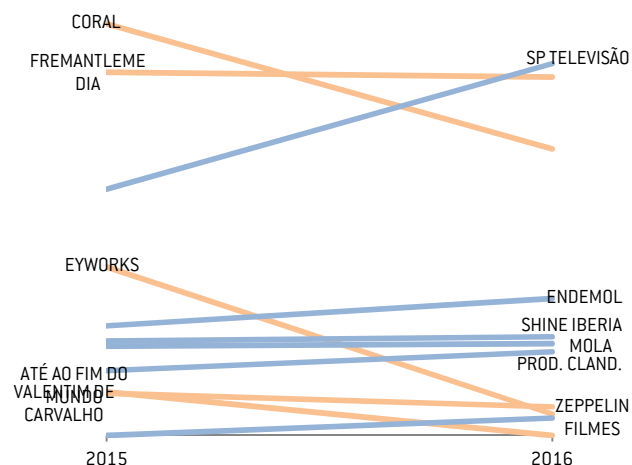
### 7.1. PRINCIPAIS PRODUTORAS NACIONAIS

As produtoras nacionais com maior impacto na indústria do audiovisual podem ser sistematizadas num *ranking* das dez com maior distribuição pelos serviços de programas generalistas.

De forma a se aferir as alterações do mercado de produtoras nacionais, foi feito um levantamento das produtoras com o maior número de horas exibidas nos serviços de programas generalistas em análise, as quais são elencadas nas figuras seguintes.

**Fig. 10 - Ranking das principais produtoras nacionais (horas)**

Ranking de produtoras nacionais			
2015	Horas	2016	Horas
CORAL	1520	SP TELEVISÃO	1372
FREMANLEMEDIA	1340	FREMANLEMEDIA	1323
SP TELEVISÃO	909	CORAL	1057
EYWORKS	622	ENDEMOL	506
ENDEMOL	405	SHINE IBERIA	365
SHINE IBERIA	348	MOLA	339
MOLA	330	PRODUÇÕES CLANDESTINAS	309
PRODUÇÕES CLANDESTINAS	239	ATÉ AO FIM DO MUNDO	106
VALENTIM DE CARVALHO	161	EYWORKS	80
ATÉ AO FIM DO MUNDO	157	ZEPPELIN FILMES	64
TOTAL	6031	TOTAL	5521



No cômputo geral dos conteúdos provenientes de produtoras nacionais independentes, regista-se uma diminuição do volume de horas produzidas pelas produtoras presentes no ranking, de 6031h, em 2015, para 5521h, em 2016.

Em 2016, a SP Televisão passa a ocupar a posição cimeira do *ranking*, seguida pela *Fremantlemedia* (1372h), com um total de horas similar a 2015. A Coral deixa de ocupar a liderança, decrescendo cerca de 500 horas e situando-se na terceira posição.

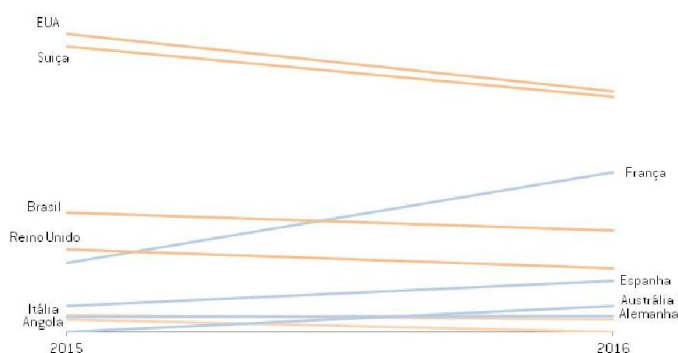
É ainda de assinalar que se regista a entrada de uma nova produtora para o *raking* – Zeppelin Filmes - e a saída da Valentim de Carvalho.

## 8. PRINCIPAIS PAÍSES PRODUTORES DE CONTEÚDOS PARA O MERCADO INTERNO

Na figura seguinte, são apresentados os dados comparativos de 2015-2016, do número de horas de programas provenientes de países fornecedores de conteúdos para o mercado interno, assim como o seu peso relativo nos serviços de programas generalistas.

**Fig.11 - Principais países fornecedores de conteúdos televisivos para Portugal - 2015/2016 (horas)**

Ranking Países		
	2015	2016
EUA	2021	1627
Suíça	1937	1595
França	486	1081
Brasil	805	684
Reino Unido	559	430
Espanha	176	346
Austrália	0	177
Canadá	84	174
Alemanha	100	108
Itália	115	86
TOTAL	6283	6308



Os Estados Unidos da América são o principal país fornecedor de conteúdos para os serviços de programas generalistas. Tal como em 2015, os EUA e a Suíça lideram o *ranking* dos países com maior volume de conteúdos exibidos nos referidos serviços, tendo-se assistido a uma diminuição do número de horas entre 2015 e 2016.

O Brasil desce cerca de 200 horas e passa a ocupar a quarta posição no ranking. A França é o país que mais cresce em volume de horas, fruto dos programas infantis-juvenis exibidos pela RTP2.

Apesar da supremacia assumida pelos EUA como fornecedor de conteúdos no mercado dos serviços generalistas nacionais, os países europeus, no conjunto, ultrapassam o número de horas do continente americano, nos quais se incluem os EUA, Canadá e o Brasil.

Relativamente a 2015, assiste-se à entrada no *ranking* da Austrália, o que se prende com a exibição pelo serviço de programas RTP2 de produções infantis/juvenis.

## 9. MERCADO CINEMATOGRAFICO NOS SERVIÇOS GENERALISTAS

A análise subsequente pretende caracterizar o panorama das produções cinematográficas exibidas nos quatro serviços de programas generalistas em sinal aberto, em 2016, tendo por base

de incidência a origem da produção e a sua exibição por faixas horárias. De forma a consolidar dados, foi ainda feita uma recolha de dados comparativos, face a 2015.

A “origem da produção” foi distribuída pelos seguintes itens: de produção portuguesa, sob a epígrafe produção nacional, Europa, América Latina, coprodução, correspondendo às produções nas quais participa, pelo menos, um país europeu, E.U.A e, por último, um conjunto de países que, pela sua diminuta expressividade, foram agrupados por resto do mundo.

**Fig12. - Origem das produções cinematográficas (horas)**

Origem da produção	RTP1	RTP2	SIC	TVI
Produção nacional	28	25	34	3
Europa	54	55	24	9
América Latina	0	2	0	0
Brasil	0	9	0	3
Coprodução	94	92	41	16
EUA	296	26	426	164
Resto do mundo	23	27	9	3
<b>Total</b>	<b>495</b>	<b>236</b>	<b>534</b>	<b>198</b>

Entre os quatro serviços generalistas, o serviço que deu maior destaque à exibição de obras cinematográficas foi a SIC, sendo a grande maioria proveniente dos EUA.

No operador público, o serviço *RTP1* foi o que exibiu maior volume de horas, 495 horas, seguida da *RTP2*, com 236 horas. Embora os serviços tenham um número de horas similares quanto à produção com origem ‘Nacional’, ‘Europa’ e ‘Coprodução’, na *RTP1* o maior destaque é dado a produções norte-americanas e na *RTP2* a obras de coprodução.

As obras cinematográficas com origem na América Latina e no Brasil têm um papel muito residual nos serviços em análise.

A *TVI* é o serviço que apresenta um menor volume de horas de exibição de obras cinematográficas sendo de destacar que o peso da produção com origem nos EUA.

**Fig.13 - Evolução de tempo de Produção Nacional (horas)**

Produção Nacional	2015	2016
RTP1	30	28
RTP2	21	25
SIC	3	34
TVI	2	3
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>90</b>

Em 2016, a produção cinematográfica de origem nacional apresenta uma tendência crescente em relação ao ano anterior, com grande preponderância *na SIC*. De realçar que o peso da produção nacional na *TVI* é bastante diminuto, tendo um comportamento similar no operador público nos últimos anos.

**Fig.14 - RTP1: Produções cinematográficas por faixas horárias (horas/%)**

RTP1 - Período horário	Semana (h)	%	Fim-de-semana (h)	%	Total (h)
06h00 - 12h59	1:47:13	0,4	2:35:35	0,5	4:22:48
13h00 - 19h59	27:36:20	5,6	113:17:22	22,9	140:53:42
20h00 - 22h59	39:36:31	8,0	35:17:29	7,1	74:54:00
23h00 - 05h59	98:00:02	19,8	176:49:35	35,7	274:49:37
<b>Totais</b>	<b>167:00:06</b>	<b>33,7</b>	<b>328:00:01</b>	<b>66,3</b>	<b>495:00:07</b>

**Fig. 15- RTP2: Produções cinematográficas por faixas horárias (horas/%)**

RTP2 - Período horário	Semana (h)	%	Fim-de-semana (h)	%	Total (h)
06h00 - 12h59	1:17:28	0,5	2:24:36	1,0	3:42:04
13h00 - 19h59	7:05:59	3,0	16:34:42	7,0	23:40:41
20h00 - 22h59	26:28:07	1,1	6:31:43	2,8	32:59:50
23h00 - 05h59	170:51:16	72,3	4:57:21	2,1	175:48:37
<b>Totais</b>	<b>205:42:50</b>	<b>83,3</b>	<b>30:28:22</b>	<b>16,7</b>	<b>236:11:12</b>

**Fig.16 - SIC: Produções cinematográficas por faixas horárias (horas/%)**

SIC - Período horário	Semana (h)	%	Fim-de-semana (h)	%	Total (h)
06h00 - 12h59	43:58:54	7,7	22:47:02	4,0	66:45:56
13h00 - 19h59	36:34:10	6,4	295:22:10	51,7	331:56:20
20h00 - 22h59	3:36:55	0,6	10:18:55	1,8	13:55:50
23h00 - 05h59	24:55:23	4,4	134:13:01	23,5	159:08:24
<b>Totais</b>	<b>109:05:22</b>	<b>19,1</b>	<b>462:41:08</b>	<b>80,9</b>	<b>571:46:30</b>

**Fig. 17- TVI: Produções cinematográficas por faixas horárias (horas/%)**

TVI - Período horário	Semana (h)	%	Fim-de-semana (h)	%	Total (h)
06h00 - 12h59	1:17:55	0,7	5:19:30	2,7	6:37:25
13h00 - 19h59	10:53:14	5,5	22:29:52	11,3	33:23:06
20h00 - 22h59	0:00:00	0,0	0:00:00	0,0	0:00:00
23h00 - 05h59	50:24:25	25,4	108:05:12	54,5	158:29:37
<b>Totais</b>	<b>62:35:34</b>	<b>31,5</b>	<b>135:54:34</b>	<b>68,5</b>	<b>198:30:08</b>

Os serviços generalistas em análise, à exceção da *RTP2*, dão maior destaque à exibição de produção cinematográfica durante o fim-de-semana, oscilando entre as 135 horas emitidas pela *TVI* e as 462 horas da *SIC*.

A faixa horária das 23h00 às 05h59, quer durante a semana, quer ao fim-de-semana, é a privilegiada para a exibição de produções cinematográficas por todos os serviços de programas

em análise, à exceção da SIC que exibe mais obras cinematográficas na faixa das 13h00 às 19h59, ao fim-de-semana. Tal facto deve-se ao retomar das *matinéés* de domingo.

De referir que no serviço de programas privados SIC e TVI, durante a semana, a faixa horária coincidente com o horário nobre, das 20h00 às 22h 59, tem uma percentagem residual ou inexistente deste tipo de programação.

**Fig. 18- Origem das produções cinematográficas (horas) 2015-2016**



Em 2016, no conjunto dos quatro serviços de programas, os EUA continuam a ser o país com maior predominância nas produções cinematográficas, seguindo-se as coproduções, em que participa pelo menos um país europeu, e a Europa, tal como já verificado, em 2015.

De sublinhar que, em relação a 2015, o ano de 2016 foi marcado pelo decréscimo de transmissão de obras cinematográficas de 1ª exibição, nomeadamente as que têm origem nos EUA.

## 10. PRODUÇÃO INFANTIL-JUVENIL NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS vs TEMÁTICOS INFANTIS-JUVENIS

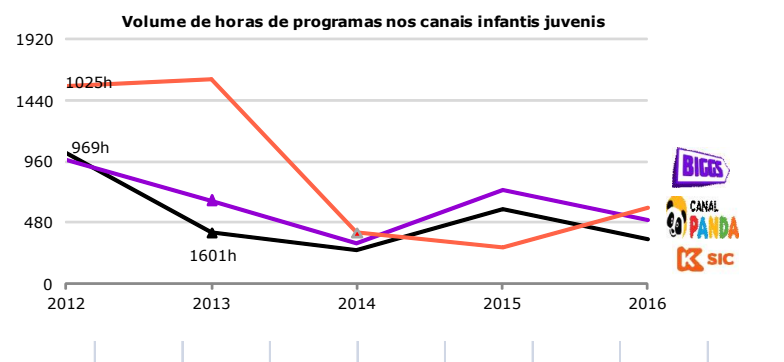
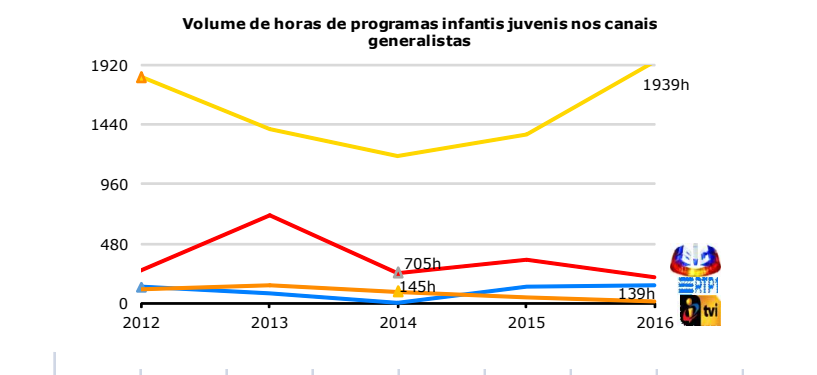
A programação infantil/juvenil tem especial interesse nos operadores de televisão, nomeadamente pela existência de três serviços temáticos a ela dedicada integralmente, em seguida são analisados os serviços de programas generalistas em sinal aberto, *RTP1*, *RTP2*, *SIC*, *TVI*, e temáticos infanto-juvenis, *Canal Panda*, *Panda Biggs* e *SIC K*.

A origem de produção dos programas e a influência que exerce sobre este segmento de mercado constituem elementos de análise significativos na definição dos conteúdos constantes deste macro género de programação. Outro elemento de análise será a reflexão sobre a importância destas produções no contexto audiovisual.

Assim, foi analisada a evolução do número de horas de programas de primeira exibição transmitidos pelos diversos canais ao longo dos últimos cinco anos. Além disso verificou-se o peso do país de origem em cada serviço de programas e a distribuição da produção exibida dos continentes.

Metodologicamente, os valores a seguir analisados foram apurados com base no universo da programação de 2016, sendo resultado do tempo total de emissão, com exceção dos tempos reservados à publicidade, nos serviços de programas temáticos. Nos serviços de programas generalistas apenas foi analisado o tempo correspondente à exibição de programas infantis-juvenis.

**Fig.19- Tempo de programação infantil/juvenil - 1ª exibição (horas)**



De salientar que o ano de 2014 foi aquele em que se exibiu o menor número de horas de programação infantil/juvenil de primeira exibição, quer nos serviços generalistas, quer nos temáticos.

Ao nível dos canais generalistas, realça-se a RTP2 com o maior volume de horas em todos os anos, seguida da SIC. A RTP1 e TVI têm um comportamento similar, com valores abaixo das 150 horas/ano.

Já nos temáticos, a SIC K foi até 2013 a que exibiu o maior volume de programação infantil-juvenil. No ano de 2014, os três serviços têm um comportamento similar e só em 2016 é que a SIC K volta a ultrapassar o volume de horas de primeira exibição do Canal Panda e do Panda Biggs.

**Fig.20- Origem das produções infantis-juvenis nos serviços generalistas (hh:mm:ss)**

País Produção	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Totais
Alemanha		10:29:18	7:30:51		18:00:09
Argentina			44:07:09		44:07:09
Austrália		127:00:54	11:02:42		138:03:36
Canadá		138:26:47	20:39:09		159:05:56
Coreia		44:04:44			44:04:44
Dinamarca		1:21:05			1:21:05
Espanha	4:22:34	139:07:29	1:26:32		144:56:35
E.U.A	18:28:20	439:21:23	86:20:22	2:41:19	546:51:24
Finlândia			5:17:47		5:17:47
França	19:57:10	327:20:34	13:38:23		360:56:07
Holanda		1:04:18			1:04:18
Irlanda	1:03:49	9:24:09			10:27:58
Israel		19:38:36			19:38:36
Itália		21:21:14		1:57:25	23:18:39
Japão		23:16:07	10:02:47		33:18:54
Noruega		18:06:17			18:06:17
Polónia		5:40:11			5:40:11
Portugal	75:54:51	396:47:50	5:01:09	9:26:08	487:09:58
Reino Unido		151:46:50	6:06:59		157:53:49
Rússia			3:04:04		3:04:04
Singapura		13:16:32			13:16:32
Suíça	19:24:29	51:48:24			71:12:53
<b>Total</b>	<b>139:11:13</b>	<b>1939:22:42</b>	<b>214:17:54</b>	<b>14:04:52</b>	<b>2306:56:41</b>

Numa análise conjunta e para os serviços generalistas, assiste-se a uma supremacia dos conteúdos provenientes dos EUA, seguido de Portugal e de França. O Reino Unido, Canadá, Espanha e Austrália têm um volume de horas similar, na ordem das 150 horas cada. Os conteúdos provenientes da Ásia- Coreia do Sul e Japão perderam expressividade face aos demais.

**Fig.21 - Origem das produções infantis-juvenis nos serviços temáticos (hh:mm:ss)**

<b>País Produção</b>	<b>Canal Panda</b>	<b>Biggs</b>	<b>SIC K</b>	<b>Totais</b>
Alemanha	13:39:00	10:39:28	14:37:44	38:56:12
Argentina			34:17:28	34:17:28
Austrália			10:13:10	10:13:10
Bélgica	1:21:32		1:28:46	2:50:18
Brasil	20:30:45		9:46:59	30:17:44
Canadá	21:11:45	28:38:36	22:32:49	72:23:10
China			1:24:52	1:24:52
Colômbia		54:20:26		54:20:26
Espanha	24:52:25	5:04:22	26:29:31	56:26:18
EUA	86:27:29	85:09:21	83:11:02	254:47:52
França	25:42:31	10:59:27	48:41:25	85:23:23
Irlanda	1:13:33			1:13:33
Itália	33:06:04			33:06:04
Japão	41:18:42	115:43:43		157:02:25
Luxemburgo	4:47:05			4:47:05
México			27:07:01	27:07:01
Mónaco			2:04:27	2:04:27
Portugal	4:56:10	161:45:23	267:05:14	433:46:47
Reino Unido	67:58:36	24:40:22	7:58:50	100:37:48
Rússia	3:52:04			3:52:04
Singapura	1:42:14		4:48:38	6:30:52
<b>Total</b>	<b>352:39:55</b>	<b>497:01:08</b>	<b>561:47:56</b>	<b>1411:28:59</b>

Portugal assume a posição de liderança, com cerca do dobro das horas exibidas e provenientes dos EUA, em especial pelo contributo dos serviços de programas do operador DREAMIA – *Canal Panda e Panda Biggs*.

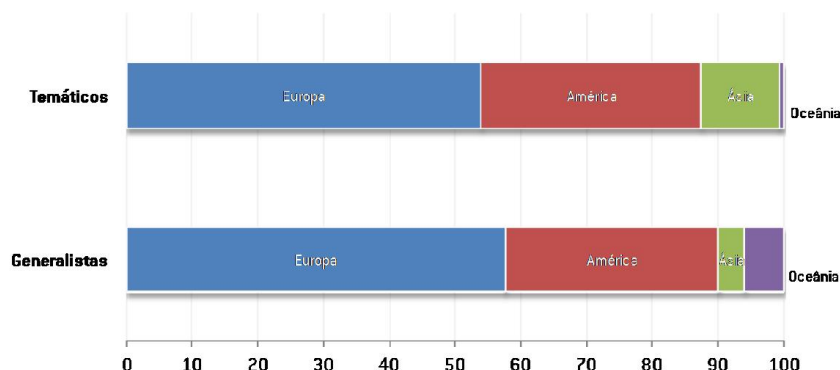
Os EUA e o Japão são os países seguintes como países fornecedores de conteúdos de primeira exibição.

Na quarta posição figura o Canadá, embora com metade do volume de horas de primeira exibição das apresentadas pelo Japão.

EUA e Canadá são os países que têm um peso mais equitativo entre os três serviços temáticos. É de salientar o peso das produções de origem nacional na programação infantil-juvenil exibida pelos serviços de programas analisados.



**Fig.22 - Origem das produções infantis-juvenis por continente nos serviços generalistas e temáticos (%)**



A Europa é o continente que mais se destaca na percentagem de produções exibidas, quer nos serviços generalistas, quer temáticos, seguido dos EUA.

Refira-se que, incluídos na percentagem referente ao continente americano, estão os conteúdos oriundos de todo o continente, incluindo América do Norte, a qual dá o maior contributo para a percentagem do continente. Assinala-se ainda o percentual ocupado pela América do Sul, designadamente Argentina, nos serviços generalistas e a Colômbia nos temáticos.

A tendência revelada em 2015, no que se refere ao volume de horas de primeira exibição de conteúdos com proveniência nos EUA volta a manter-se alto no serviço de programas RTP2.

A Austrália assume um peso importante nos serviços de programas generalistas, enquanto nos temáticos é a Ásia que se destaca na 3.ª posição, pelas produções com origem no Japão.

Nos conteúdos de primeira exibição, temos vindo a assistir a entradas de produção de países diferentes dos habituais mercados presentes neste género de programas, de que são exemplo Singapura e a Rússia.

## **11. MERCADO DE EXPORTAÇÃO DE OBRAS DE FICÇÃO DE PRODUÇÃO NACIONAL**

Na produção audiovisual, a RTP, SIC e TVI são operadores cada vez mais dinâmicos na procura de mercados para vender as suas obras, nomeadamente de ficção. A presença em feiras internacionais da especialidade, nomeadamente em Cannes, e a diversificação dos territórios de filmagem tornam as obras de ficção cada vez mais atrativas para os agentes internacionais.

A telenovela portuguesa é o produto com maior penetração nos mercados da América Latina e alguns territórios de África. Contudo, a Europa, em especial o leste europeu, tem vindo a adquirir produções de origem nacional.

**Fig.23- Obras de Ficção RTP1 no Mundo (2011-2015)**

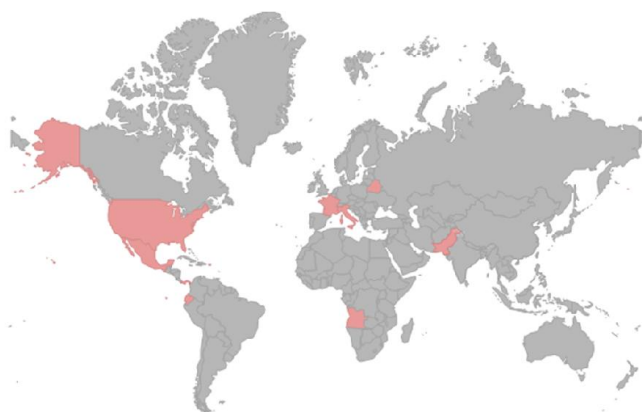


Ano de Produção	Título	Território
2010	Cidade Despida	Turquia Malásia Singapura Brunei
2010	Voo Directo	Malásia Singapura Brunei Gana Nigéria Uganda Países de Língua Francesa de África
2011	Pai à Força	Canadá
2013	Bem-Vindos a Beirais (1ª temporada)	Canadá

Protocolo com Timor		
Ano	Programas	Horas (hh:mm)
2011	Tic Tac Tales	19:30
2011	50 Graus	11:30
2011	Vamos Ouvir	01:00
2011	Gomby	13:00
2012	Galaway	07:00
2012	Vila Faia	47:00
2013	Vila Faia	74:00

Os países de destino das produções da RTP, telenovelas e séries, têm sido maioritariamente territórios de África e da América do Norte. De salientar que ao abrigo de um protocolo com Timor, a RTP colocou naquele mercado algumas obras audiovisuais.

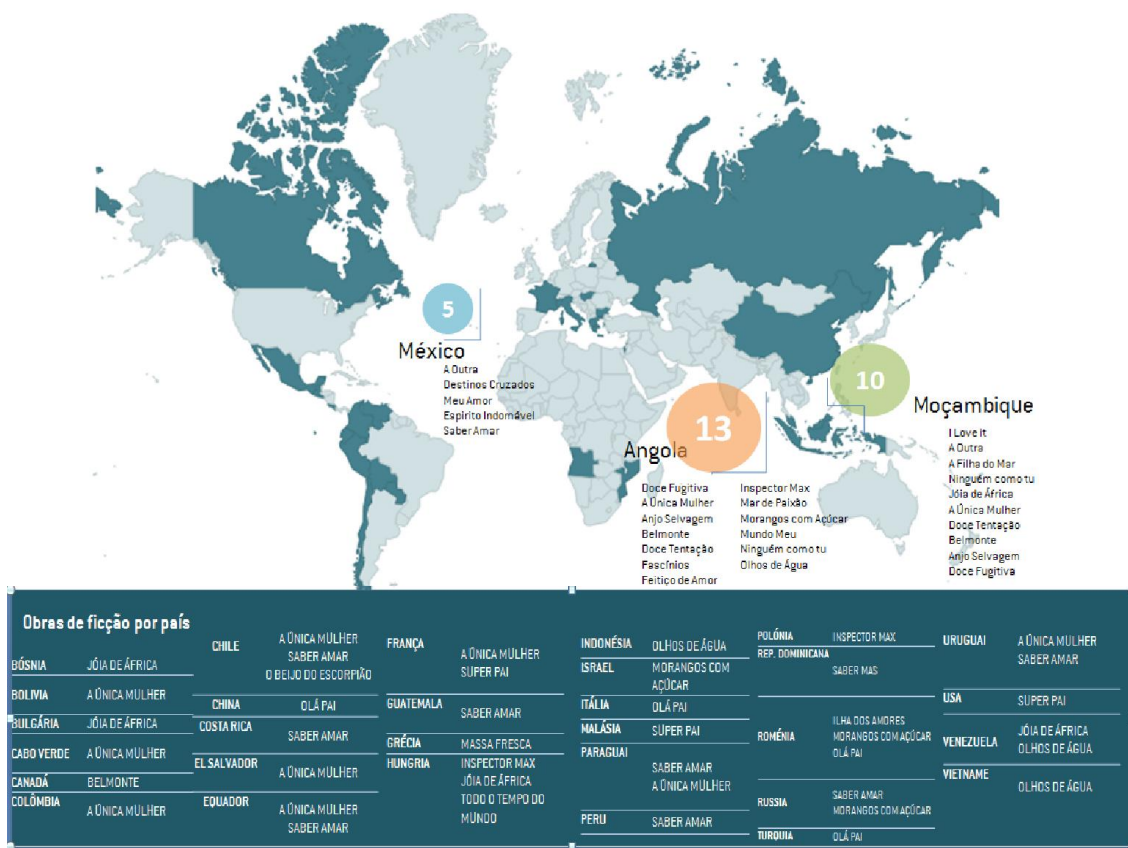
**Fig.23- Obras de Ficção SIC no Mundo (2011-2015)**



Ano	Títulos	Países				
2010	Laços de Sangue	22 países	Angola	Itália	França	México
2011	Rosa Fogo	Franceses Ultramarinos	França	Ilhas de Reunião	México	
2009	Perfeito Coração	Rússia	Bielorrússia	Paquistão	México	
2010	Lua Vermelha	EUA	Panamá	Equador	Porto Rico	México

As novelas da SIC têm também já alguma penetração nos territórios de África, Europa e EUA, tendo sido a “Laços de Sangue” aquela que atingiu um maior número países.

Fig.24- Obras de Ficção TV/ no Mundo (2000-2016)



O operador que mais tem impulsionado o mercado de exportação de obras audiovisuais é a TVI, que conta já com 27 obras, em 33 países e 4 continentes. De salientar que cerca 45% das obras tiveram como mercado de destino os EUA, em especial a América Latina.

Títulos de novelas como a “Única Mulher” e “Saber Amar” foram os que alcançaram o maior número de países.