



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

2018



Relatório de Regulação 2018

TÍTULO:

"Relatório de Regulação 2018"

EDIÇÃO:

ERC—Entidade Reguladora para a Comunicação Social

SUPERVISÃO GERAL:

Conselho Regulador

COORDENADORES DE ÁREAS:

Ana Teresa Esteves
Carla Martins
Celeste Grácio
Rui Mouta
Tânia de Moraes Soares
Telmo Gonçalves
Vanda Cruz

CONCEÇÃO GRÁFICA E PAGINAÇÃO:

Madde Comunicação

REVISÃO:

Nuno Miguel Tomás

ISSN:

1647-8959

Lisboa, junho de 2019

ÍNDICE

VOLUME I

APRESENTAÇÃO	5
SUMÁRIO EXECUTIVO	9
ATIVIDADE REGULATÓRIA:	47
A ERC em 2018 – números mais significativos	48
Deliberações do Conselho Regulador	49
Iniciativas de regulação iniciadas ou finalizadas em 2018	53
Os <i>media</i> digitais e a desinformação	60
<i>Media</i> e género - promoção da igualdade entre homens e mulheres e combate aos estereótipos de género nos <i>media</i>	64
Atividades de literacia mediática da ERC em 2018	72
Alterações introduzidas à diretiva “serviços de comunicação social audiovisual” pela diretiva (UE) 2018/1808, de 14 de novembro de 2018	90
Direito de resposta e de retificação	102
Direito de acesso dos jornalistas	106
Infoentretenimento ou <i>Infotainment</i> - os géneros híbridos dos conteúdos televisivos	113
Atividade sancionatória da ERC	120
Procedimentos de regulação e supervisão	151
OS MEIOS	155
Oferta e consumos de <i>media</i>	156
Investimento publicitário: a evolução do mercado nos últimos dez anos	180
Publicidade institucional do estado	190
Registo de órgãos de comunicação social	205
Sondagens e estudos de opinião	226
Análise económico-financeira do setor de <i>media</i> em Portugal 2018	256
Transparência dos <i>media</i> : titularidade, gestão e meios de financiamento	299
RADIODIFUSÃO SONORA	346
Análise da programação da rádio pública – Antena 1, Antena 2 e Antena 3	347
Títulos habilitadores para o exercício de radiodifusão	387
Fiscalização das rádios locais em 2018	392
Quotas da música portuguesa	397
Quotas de música em língua portuguesa – serviço público	412

VOLUME II

TELEVISÃO	420
Pluralismo e diversidade nos serviços de programas televisivos:	421
Análise das obrigações de programação - RTP1, RTP2, SIC, TVI, CMTV e RTP3	421
Análise dos serviços noticiosos de horário nobre da RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV	459
Rigor, isenção e proteção de públicos sensíveis na informação televisiva diária de serviços de programas generalistas	470
Anúncio da programação	484
Publicidade televisiva	493
Acessibilidade dos serviços de programas televisivos por pessoas com necessidades especiais	498
Níveis de volume de som nas emissões televisivas	512
Difusão de obras audiovisuais:	517
Defesa da língua portuguesa	517
Produção europeia e produção independente	526
O mercado audiovisual português	537

VOLUME I
APRESENTAÇÃO



APRESENTAÇÃO

1. Na qualidade de Presidente do Conselho Regulador cumpre-me apresentar o Relatório de Regulação da ERC referente ao ano de 2018.

O tempo que me resta disponível, do exercício da, principal e absorvente, actividade diária, não me permite ser exaustivo, limitando-me a umas breves considerações, tal como resulta da dogmática de qualquer “apresentação”.

A regulação dos *media* apresenta-se como um tema controverso, com intervenções, mais ou menos críticas, dos reguladores, dos regulados e mesmo dos vários órgãos de soberania.

O seu impacto no público não é desprezível, antes pelo contrário, com forte influência em áreas da política, em sentido lato, e, restrito, até da habitação e da saúde pública.

O artigo 38.º da Constituição da República dispõe ser garantida a liberdade de imprensa, que tem como corolários a liberdade de expressão e criação dos jornalistas e colaboradores; a intervenção dos primeiros na orientação editorial dos respetivos órgãos de comunicação social; o direito de acesso dos jornalistas às fontes de informação; a proteção da sua independência e do sigilo profissional; o serem eleitores dos conselhos de redação; e a denominada *liberdade de imprensa*.

Dispõe-se ainda o princípio da transparência da «divulgação da titularidade e dos meios de financiamento dos órgãos de comunicação social». E, como princípio de relevo, a independência perante o governo, a Administração e «demais poderes públicos».

O artigo seguinte (39.º) constitucionaliza a ERC («entidade administrativa independente») para assegurar os vários direitos fundamentais acima elencados e os demais direitos de personalidade se, e quando, atingidos ou postergados por qualquer órgão de comunicação social.

Os estatutos da ERC (que sucedeu à Alta Autoridade para a Comunicação Social) constam do anexo à Lei n.º53/2005, de 8 de Novembro.

Na lição dos Profs. Arons de Carvalho e A. Monteiro Cardoso e do Dr. J. Pedro Figueiredo, «juntamente com o direito à liberdade de expressão, a CRP consagra o direito à informação, que poderá distinguir-se daquele por ter por objecto afirmações de facto e não juízos de valor, conceitos que nem sempre se diferenciam facilmente.

A autonomização deste direito representou um notável avanço em relação à visão liberal clássica, que se satisfazia com a mera garantia do direito à liberdade de expressão sem impedimentos. Por isso, os problemas suscitados pela obtenção e transmissão de informação só tardiamente mereceram atenção.» (*apud* “Direito da Comunicação Social”, 3.ª ed., 136/7).

Na linha da proteção dos direitos afirmados que são suportados por garantias acessórias – acesso à rádio e à televisão, escrutinado jurídica e tecnicamente pela ERC, Autoridade da Concorrência e ANACOM –; regras de transparência do domínio; concorrência sem concentração, mas com garantia de pluralismo; regime de incentivos, diretos ou indiretos, traduzidos, em regra, em programas de apoio a certas publicações ou portais que veiculam ciência ou cultura; a existência de um serviço público de rádio e de televisão.

Tem de atentar-se nas palavras do Prof. Mário Mesquita, que assinala: «a questão comunicacional transformou-se numa espécie de problemática recorrente e obsessiva das sociedades contemporâneas. Dos filósofos aos gestores, dos juristas aos engenheiros, dos teólogos aos jornalistas, dos estrategistas aos pedagogos, a comunicação é objecto de debate permanente. Nunca se falou tanto em comunicação como nesta sociedade...» (in “O Quarto Equívoco. O poder dos *media* na sociedade contemporânea”, Pág. 71).

Mas tem de recusar-se, com todo o vigor, e sempre, qualquer forma de censura.

Por isso, não pode olvidar-se que as liberdades de informação e de expressão só são possíveis de ser limitadas «nos termos constitucionalmente adequados, quais sejam os de visar a concordância prática para a resolução de uma colisão entre este direito e um bem jurídico da comunidade ou Estado (...) ou de um conflito entre dois direitos fundamentalmente distintos, e desde que se manifestem cumpridos os pressupostos da intervenção legislativa proporcional e não retroactiva, e que não se atinja o núcleo mínimo essencial da previsão jusconstitucional.» (Prof.^a Luísa Neto – “Informação e Liberdade de Expressão na Internet e Violação de Direitos Fundamentais”, Pág. 43)

Sempre a ERC vem acompanhando o exercício e o cumprimento destes direitos e deveres, produzindo deliberações, decisões e orientações genéricas, no julgamento de queixas dos cidadãos, na garantia dos direitos de resposta e de rectificação, no sancionamento contraordenacional e na cooperação com os Tribunais e Ministério Público (no contencioso administrativo e na área sancionatória penal), com a Autoridade da Concorrência, com a ANACOM, com todas as entidades reguladoras (com as quais se reúne e dialoga periodicamente) e, naturalmente, com os vários órgãos de soberania.

2. A promoção da transparência da titularidade e gestão dos *media* foi uma das áreas de investimento da ERC em 2018, criando as condições para o lançamento de uma base de dados eletrónica, o Portal da Transparência, que ficará acessível a qualquer cidadão no início do quarto trimestre de 2019.

Constituindo a transparência dos *media* uma área de atuação recente do regulador, a ERC dispõe hoje de um saber globalizado e, simultaneamente, preciso do setor que regula. Pela abrangência e diversidade de dados comunicados ao abrigo das disposições legais da transparência (Lei n.º 78/2015, de 29 de julho), pode apresentar-se um retrato muito completo e permanentemente atualizado das empresas de comunicação social em Portugal.

O trabalho realizado ao longo de 2018, quer a nível da recolha, aferição e tratamento da informação, quer no processo de informatização da mesma, permite garantir o lançamento do Portal da Transparência, cuja informação será coordenada e permanentemente monitorizada por uma nova área funcional da ERC, a Unidade da Transparência dos *Media*, constituída por uma equipa pluridisciplinar.

Finalmente, a nível de adaptações da orgânica da ERC aos novos desafios, foi nomeada a Encarregada de Protecção de Dados, ao abrigo da Diretiva da UE.

Foi ainda criada, mas já em 2019, a Unidade de Biblioteca, Documentação e Arquivo.

O mais vem descrito com maior detalhe no Relatório de Regulação que aqui se prefacia, bem como no Relatório de Atividades e Contas que o acompanha.

3. Durante 2018 o Conselho Regulador foi recebido por S. Exas. os Presidentes da República e da Assembleia da República e Ministro da Cultura.

Por duas vezes foi ouvido na Comissão Parlamentar de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto, onde prestou todos os esclarecimentos solicitados pelos Senhores Deputados.

O seu orçamento, escrutinado pelo Revisor Oficial de Contas eleito pela Assembleia da República, foi aprovado *“una voce sine discrepante”*.

Vêm sendo feitos contactos com o Ministério das Finanças e ANACOM para agilizar a transferência da comparticipação da reguladora das telecomunicações, cujo montante anual se mantém inalterado há mais de dez anos, sendo certo que os resultados líquidos da ANACOM subiram exponencialmente naquele período.

Também, não havendo uma transferência direta daquela reguladora para a ERC (que, note-se, dispõe-se fazê-lo) as quantias são retidas no Ministério das Finanças, por onde transitam, só tendo sido remetida no corrente ano a participação relativa a resultados de 2015.

Entretanto, os encargos com a gestão da ERC aumentaram exponencialmente. Se, em 2007, no início da constituição da ERC, esta contava com aproximadamente 57 trabalhadores, o que envolvia uma despesa de 1 874 583 euros; em 2019, esta Entidade conta já com 83 pessoas nos quadros, estimando-se uma despesa global com pessoal no valor de 3 785 313 euros.

No entanto, as receitas desta Entidade provenientes do recebimento da percentagem que legalmente lhe cabe dos resultados líquidos anuais da ANACOM encontram-se há vários anos fixadas em um milhão de euros, não tendo sido considerado o aumento de competências legalmente consagradas à ERC e os custos que as mesmas, indiretamente, envolvem e que justificariam uma atualização de tal montante.

Ao quadro descrito deve acrescentar-se, e para lograr melhor bem-estar e mais profunda ligação à ERC por parte dos seus trabalhadores, a contratualização de seguro de saúde para todos os funcionários e filhos até aos 25 anos de idade. Criou-se um sistema de adesão voluntário a cartões de débito de subsídio de refeição, que dispensará os aderentes de suportarem o IRS (que fica a cargo da ERC) e lhes permitirá despenderem a quantia mensal em qualquer estabelecimento.

Finalmente, está a ser organizada uma biblioteca jurídica constituída por obras doadas por Magistrados Jubilados, além de uma pequena biblioteca de natureza cultural onde os trabalhadores podem requisitar, para leitura no domicílio, obras relevantes.

Está, outrossim, em negociação com a Secretaria-Geral da Assembleia da República um protocolo permissivo da utilização pelos filhos dos funcionários, até aos três anos de idade, de um infantário com condições de acesso à saúde, alimentação e todos os cuidados, o que permitirá, atendendo à proximidade, a visita dos pais em qualquer altura e diminuirá a necessidade do sempre perturbador regime obrigatório de teletrabalho.

4. Tudo o que se fez resulta de um diálogo permanente com múltiplas experiências constantes de livros e sedimentadas em deslocações e contactos privados.

Busco aperfeiçoar e “*aggiornar*” uma instituição constitucional sem outro objetivo que não seja o de a reformar no que entendo ser o melhor sentido. Neste processo não há que se ser hipersensível a alarmes internos, que possam parecer cripto-corporativos, procurando proteger privilégios ou títulos.

Mas estou atento e ouço com interesse todos os que interna ou externamente pretendem um debate sério e construtivo. Esses, sim, profissionais com longas provas dadas.

O Presidente do Conselho Regulador
Sebastião Póvoas

VOLUME I
SUMÁRIO EXECUTIVO



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.

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 2018**.

ATIVIDADE REGULATÓRIA

A ERC EM 2018 - NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

Sintetizam-se os números mais relevantes sobre a atividade da ERC em 2018:

- **264** Deliberações
- **56** Reuniões do Conselho Regulador
- **1** Audição do Conselho Regulador na Comissão Parlamentar de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto

E ainda:

- **8459** Entradas
- **1258** Processos abertos
- **76** Recursos humanos
- **2492,60 euros** investidos em estudos/pareceres realizados por entidades externas (universidades e outras entidades especializadas)
- **8** Publicações

DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR

O exercício de 2018 corresponde ao 12.º ano de atividade da Entidade Reguladora para a Comunicação Social. Desde que entrou em funções, a ERC adotou 3550 decisões sob a forma de Deliberação, tendo nas restantes situações optado por emitir uma resposta ou esclarecimento, sob a forma de informação, ou por subscrever uma comunicação de decisão de arquivamento.

As deliberações encontram-se organizadas segundo as seguintes categorias temáticas de intervenção: Autorizações, Classificações, Conteúdos jornalísticos e rigor informativo, Conteúdos programáticos, Direito de resposta e de retificação, Direitos dos jornalistas, Licenças, Obrigações de programação, Outros, Pareceres, Pluralismo, Publicidade, Registo dos Órgãos de Comunicação Social e Sondagens.

No ano em apreciação, a maior fatia das deliberações adotadas disse respeito a situações verificadas nos serviços de programas televisivos, tal como já ocorrera nos anos anteriores. Estas incidiram sobretudo sobre o teor dos conteúdos programáticos e jornalísticos emitidos, a concessão de autorizações para o exercício da atividade de televisão e o respeito pelo dever de pluralismo.

Em 2018, as situações verificadas nas publicações escritas representaram 31,06 % das deliberações adotadas pela ERC. Questões como o exercício do Direito de Resposta e de Retificação, a natureza dos conteúdos jornalísticos publicados, o dever jornalístico de informar com rigor, e o respeito pelo dever de pluralismo foram as matérias mais apreciadas.

Em matéria de rádio, foram 35 (13,26 % do total) as deliberações aprovadas. No ano em questão, as deliberações que incidiram sobre órgãos de comunicação social que utilizam suportes distintos representaram 12,12 % do total. As deliberações apenas referentes á área da internet representaram 7,20 %.

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO INICIADAS OU FINALIZADAS EM 2018

Enumeram-se as principais ações que a ERC conduziu no decurso de 2018, em matéria de regulação e supervisão:

ERC prossegue ações de literacia mediática junto dos cidadãos

A ERC continuou a desenvolver, em 2018, em diferentes estabelecimentos de ensino do Distrito de Lisboa e na Hemeroteca Municipal de Lisboa, algumas das suas ações de promoção da literacia mediática. Nestes encontros, a ERC comprometeu-se a trabalhar a descodificação da informação televisiva, a sinalética na programação, as mensagens publicitárias nos conteúdos televisivos, a desconstrução dos *reality shows* e a literacia e *media* digitais.

ERC publica estudo “*Boom Digital? Crianças (3-8 anos) e Ecrãs*”

A produção editorial da ERC saiu também reforçada no ano 2018. Em concreto, com a publicação, no dia 6 de fevereiro, do *e-book* “*Boom Digital? Crianças (3-8 anos) e Ecrãs*” que agrega reflexões de especialistas e de profissionais nacionais e internacionais sobre o modo como as crianças mais novas estão a crescer em contacto com a tecnologia digital, os usos que fazem dos ecrãs, as competências e literacias que vão adquirindo, as situações de dano que podem experimentar e os modos como as famílias intervêm nessa socialização digital.

Este estudo constitui mais um contributo no âmbito da terceira edição do projeto da ERC “*Públicos e Consumos de Media*”, desenvolvida em parceria com uma equipa de investigadores da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa coordenada pela professora Cristina Ponte, e sucede à publicação “*Crescendo entre Ecrãs. Usos de Meios Eletrónicos por Crianças (3-8 Anos)*” (ERC, fevereiro de 2017).

ERC produz Guia de Boas Práticas para a cobertura informativa de incêndios florestais e outras calamidades

O artigo n.º 63 dos Estatutos da ERC prevê que o Conselho Regulador, oficiosamente ou a requerimento de um interessado, possa adotar diretivas genéricas destinadas a incentivar padrões de boas práticas no sector da comunicação social.

Tendo presente a possibilidade deste procedimento, o Conselho Regulador aprovou, no dia 18 de julho de 2018, um conjunto de normas orientadoras para incentivarem padrões de boas práticas por parte dos órgãos de comunicação social, sob jurisdição portuguesa, na cobertura de incêndios florestais e outras calamidades.

O documento produzido sublinha o papel dos *media* no alerta e informação ao público e recorda que as práticas jornalísticas adotadas neste tipo de circunstâncias se devem pautar por um tratamento informativo rigoroso e isento, garantindo o cumprimento das normas ético-legais próprias da atividade jornalística e o respeito pelos direitos fundamentais dos visados.

ERC publica Relatório sobre representação de homens e mulheres nos noticiários de horário nobre emitidos em sinal aberto

A ERC faz, desde 2006, uma monitorização sistemática dos conteúdos emitidos nos noticiários de horário nobre dos operadores público (RTP1 e RTP2) e privados (SIC e TVI). Entre as variáveis que integram essa monitorização constam as que caracterizam o sexo dos protagonistas das peças contidas nos alinhamentos dos blocos informativos considerados.

No dia 12 de outubro, a ERC publicou no seu sítio eletrónico os dados apurados em 2015, 2016 e 2017, em termos de representação de homens e mulheres, nesses blocos informativos. Procurou assim dar resposta a parte dos objetivos contidos na execução da medida 59 do “V Plano Nacional para a Igualdade de Género”, em particular, sobre a diversidade e o pluralismo de atores que protagonizam os noticiários de horário nobre, inserindo-se no âmbito do acordo de colaboração entre a ERC e a Comissão para a Cidadania e Igualdade Género.

ERC subscreve acordo para constituição da Rede Lusófona pela Qualidade da Informação

A ERC, representada pela Vogal Fátima Resende, assinou no dia 14 de novembro de 2018, o acordo de cooperação para a constituição da Rede Lusófona pela Qualidade da Informação que reúne entidades representantes da sociedade civil, dos *media*, dos jornalistas e das universidades.

Sob o lema “Pensar global, agir local”, a Rede visa criar espaços de discussão, formação, e produção de conteúdos científicos e cívicos suscetíveis de contribuir para soluções de melhoria da qualidade e credibilidade da informação jornalística, considerada como um bem público. O acordo de cooperação tem a duração de cinco anos e renova-se automaticamente.

ERC divulga estudo “Representações da Violência Doméstica nos telejornais de horário nobre”

A ERC apresentou, no dia 19 de novembro, no âmbito da Conferência “Regulação, *Media* e Igualdade”, o estudo “Representações da Violência Doméstica nos telejornais de horário nobre” que analisa a informação noticiosa produzida sobre estes conteúdos, nos blocos informativos dos operadores de sinal aberto (RTP1, RTP2, SIC e TVI), entre 2013 e 2015.

Este trabalho foi desenvolvido pelo Departamento de Análise de *Media* da ERC e inscreve-se no Plano de Ação do regulador para a Promoção da Igualdade entre Mulheres e Homens e Luta contra os Estereótipos de Género. Através dos resultados e conclusões apurados procurou-se contribuir para a discussão pública em torno das representações sociais e mediáticas da violência na intimidade e incentivar o compromisso dos meios de comunicação social na prevenção e erradicação da violência doméstica.

ERC divulga Relatório de avaliação da observância do princípio do Pluralismo Político em 2017

Com o objetivo de observar a equitativa e equilibrada expressão das várias correntes de pensamento político nos *media*, a ERC acompanha anualmente a observância do princípio do pluralismo político nos serviços de programas televisivos do serviço público de televisão – RTP1, RTP2, RTP3, RTP Açores e RTP Madeira –, bem como dos operadores privados – SIC e TVI.

O Relatório que analisa o Pluralismo na programação emitida, em 2017, foi adotado pelo Conselho Regulador a 3 de dezembro de 2018 e remetido à Assembleia da República e aos serviços de programas analisados, no sentido de os sensibilizar para os resultados apurados.

A análise incidu sobre uma amostra de blocos informativos diários de horário nobre e sobre o universo de programas autónomos e informação não-diária (debate, entrevista e comentário).

O Relatório encontra-se dividido em três volumes. Um primeiro onde se encontra o resumo dos resultados para aferir o cumprimento do princípio do pluralismo, por parte dos serviços de programas televisivos analisados; um segundo volume, onde se apresentam os dados que permitem contextualizar e compreender os dados apurados no primeiro; e por fim, um terceiro volume, onde se encontram os anexos metodológicos dos anteriores, bem como alguns dados aprofundados e detalhados.

ERC emite Guia de Boas-Práticas para Legendagem para surdos nos programas de televisão gravados

O Conselho Regulador emitiu, no dia 3 de dezembro de 2018, um Guia de boas-práticas para a Legendagem para Surdos em programas televisivos gravados. Este documento tem presente os pressupostos desenvolvidos no estudo que a ERC conduziu, no último trimestre de 2017, sobre a qualidade da legendagem para surdos e a execução do Plano Plurianual de obrigações que permitem o acompanhamento das emissões por pessoas com necessidades especiais.

ERC mantém reuniões regulares com entidades estrangeiras congéneres

Em 2018, a ERC continuou a manter contactos e relações de colaboração com entidades congéneres estrangeiras:

Rede de Reguladores do Audiovisual do Mediterrâneo (RIRM)

A ERC foi anfitriã da reunião do “Grupo de Trabalho Género e *Media*” para a implementação do Estudo sobre “Violência de Género na Informação Televisiva do Mediterrâneo”, coordenado pelo regulador português e pelo Conselho Audiovisual da Catalunha.

A ERC esteve também representada pelo Chefe de Gabinete do Conselho Regulador, Telmo Gonçalves, num *workshop* promovido pelo RIRM sobre cobertura informativa da crise humanitária dos migrantes e refugiados, para melhorar a representação mediática do fenómeno e a divulgação das orientações aprovadas por esta Rede já em 2016.

Grupo de Reguladores Europeus para os Serviços de Media Audiovisuais (ERGA)

O regulador português participou na 9.ª Reunião Plenária deste Grupo sobre a definição da nova diretiva da UE para os serviços audiovisuais (AVMSD), o combate ao designado “*hate speech*” e os desafios de uma regulação do ecossistema mediático *online*. A ERC voltou a marcar presença na 10.ª Reunião Plenária do ERGA que analisou as abordagens regulatórias do pluralismo interno dos *media* na UE, a desinformação e a implementação da revisão da diretiva para os serviços de comunicação social audiovisual.

A ERC esteve ainda presente na 1.ª reunião do Subgrupo de Trabalho “*Internal and External Plurality*” do ERGA para discussão do questionário a aplicar a todos os membros, para um relatório com o panorama dos reguladores europeus sobre o pluralismo nos *media*. Integrou uma 2.ª reunião deste Subgrupo de Trabalho sobre o projeto do referido Relatório, para posterior submissão ao Comité e apreciação em reunião plenária.

O regulador português participou também numa reunião do Subgrupo 4 do ERGA, sobre Auto e Corregulação em que foi debatido o documento “*A framework for effective co-regulation of Video Sharing Platforms*” e fez parte do *workshop* “*Protecting children in audiovisual media services – the effectiveness of age checking and media literacy*”.

Plataforma Europeia de Entidades Reguladoras (EPRA)

A ERC participou, através do Presidente da ERC, Sebastião Póvoas e do Chefe de Gabinete do Conselho Regulador, na 47.ª reunião plenária, para discutir o futuro do serviço público, a oferta de conteúdos na era digital, a regulação da comunicação em período eleitoral e os desafios das redes sociais.

A ERC interveio também na 48.ª reunião plenária desta Plataforma, através do Vogal do Conselho Regulador, João Pedro Figueiredo, e do Chefe de Gabinete. O debate percorreu o serviço público de *media* na era digital, a comunicação política e desafios dos *media* sociais, as novas abordagens de autorregulação e corregulação, a importância da literacia mediática no atual panorama mediático e a preparação dos reguladores para a implementação da nova diretiva europeia para os serviços de comunicação social audiovisual.

Plataforma de Reguladores Ibero-americanos do Sector Audiovisual (PRAI)

A ERC participou, através da Vogal do Conselho Regulador, Fátima Resende, na III Assembleia Geral desta Plataforma que decorreu na Cidade do México, com representantes de mais de 15 países, e que debateu a transição para a TDT, os tratamentos informativos da crise dos refugiados e da violência de género e a regulação dos novos meios audiovisuais e a acessibilidade de pessoas com necessidades especiais.

Plataforma das Entidades Reguladoras da Comunicação Social dos Países e Territórios de Língua Portuguesa (PER)

A ERC integrou, através dos Vogais do Conselho Regulador, Francisco Azevedo e Silva e Fátima Resende e da jurista Marta Carvalho, o VII Encontro da PER que teve lugar, em Luanda, sob o tema “*Media, Género e Regulação*”. A ERC é a instituição que tem a seu cargo o Secretariado Permanente desta Plataforma.

OS MEDIA DIGITAIS E A DESINFORMAÇÃO

Desde 2014 que a linha de intervenção relativa aos *media* digitais, nas suas mais diversas vertentes, tem estado no cerne das preocupações da ERC. De então a esta parte, esta linha de trabalho vem resultando na publicação de diversos documentos relacionados com a regulação dos *media* digitais, de que se apresenta uma resumida cronologia.

Em 2018, a ação do regulador no campo dos *media* digitais voltou-se para a vertente da desinformação, refletindo as preocupações das instituições da União Europeia e o amplo debate que atravessou diversos países ocidentais, que teve como marco a eleição do presidente dos EUA, Donald Trump. A proliferação de desinformação, parte dela com objetivos (políticos e económicos, entre outros) ilícitos, difundida através de plataformas digitais, tornou-se uma preocupação para os Estados democráticos.

Em Portugal, a Assembleia da República, tendo em conta as medidas específicas avançadas pela UE, algumas delas que comprometem os Estados-membros individualmente, pretendeu também lançar-se no debate que estava já em curso no espaço público. Com este propósito, o presidente deste órgão de soberania dirigiu à ERC uma solicitação no sentido de que produzisse um documento que refletisse a perspetiva do regulador sobre a matéria.

Em dezembro de 2018, o Conselho Regulador da ERC decidiu sobre a criação de um grupo de trabalho com vista a corresponder ao referido pedido do presidente da Assembleia da República. O regulador abriu desta forma uma nova linha de abordagem ao campo dos *media* digitais e que não se esgota neste primeiro trabalho produzido para o fim específico enunciado.

Os trabalhos conducentes à produção de um relatório final destinado a ser entregue no Parlamento foram desenvolvidos ao longo do primeiro trimestre de 2019, culminando numa versão final¹ no início de abril: “A Desinformação – Contexto Europeu e Nacional”. Por este motivo, o resultado pormenorizado deste trabalho virá a integrar o Relatório de Regulação correspondente ao ano 2019, uma vez que a sua concretização ocorreu para além do ano em apreço no presente relatório.

MEDIA E GÉNERO - PROMOÇÃO DA IGUALDADE ENTRE HOMENS E MULHERES E COMBATE AOS ESTEREÓTIPOS DE GÉNERO NOS MEDIA – 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»² e assegurar o «respeito pelos direitos, liberdades e garantias»³.

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.

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 de comunicação social.

Esta iniciativa, procura dar visibilidade àquelas dimensões, sempre que pertinente, quer através das propostas de **(1) monitorização sistemática de conteúdos televisivos** e do **desenvolvimento de (2) análises específicas** em contexto nacional e em estudos comparativos internacionais, que informam sobre o contributo dos meios de comunicação social na (des)construção das representações de género e **de (3) deliberações submetidas à apreciação do Conselho**.

No âmbito da **monitorização sistemática de conteúdos informativos**, em 2018, a ERC acompanhou a informação diária de horário nobre transmitida pelos operadores público (“Telejornal”, RTP1, e “Jornal 2”, RTP2) e privados (“Jornal da Noite”, SIC, “Jornal das 8”, TVI e “CM Jornal 20H”, CMTV).

Verificou-se que as fontes consultadas na construção das narrativas mediáticas seguem a mesma tendência que os protagonistas destacando-se as de sexo masculino (72,9 %).

¹<https://www.flipsnack.com/ERCpt/estudo-a-desinforma-o-contexto-europeu-e-nacional/full-view.html>

²Estatutos da ERC, artigo 7.º, alíneas a) e f).

³Estatutos da ERC, artigo 8.º, alínea d).

Entre estas, considerando as macro categorias de análise, predominam as da *política nacional, sociedade, ordem interna, desporto e comunidade internacional* com valores acima dos 10 %. As fontes do sexo feminino também se destacam nas áreas da *política nacional, sociedade e ordem interna*, sobressaindo ainda nas áreas da *economia, finanças e negócios e cultura*.

A ERC tem vindo a sensibilizar os operadores televisivos para diversificarem 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*.

No âmbito das análises específicas sobre as questões de género, em 2018, a ERC apresentou publicamente o estudo “Representações da violência doméstica nos telejornais de horário nobre?”, que coligiu 432 peças dos noticiários de horário nobre dos canais generalistas em sinal aberto emitidas entre 2013 e 2015.

Das conclusões do estudo resultou a publicação da diretiva 2019/1 sobre a cobertura informativa de situações de violência doméstica com recomendações aos órgãos de comunicação social.

Em 2018 foram registadas sete deliberações diretamente relacionadas com a discriminação de género – orientação sexual, alegado abuso sexual, e estereótipos de género, tanto no âmbito de programas de entretenimento como na informação.

A DIVERSIDADE SOCIOCULTURAL NOS MEDIA

A ERC enquanto organismo responsável pela promoção e salvaguarda do «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» tem por obrigação a monitorização sistemática da diversidade e do pluralismo na informação e programação.

No decurso de 2018, a ERC analisou os dados da informação diária e programação, recolhidos entre 2015 e 2017, sobre género, etnia/origem, migrações, pessoas portadoras de deficiência e grupos socioeconómicos vulneráveis, nos canais generalistas em sinal aberto RTP1, RTP2, SIC e TVI. Dessa análise resultou o estudo “A diversidade sociocultural nos media 2015-2017”, divulgado em 2019, e que reflete as preocupações do Regulador no que diz respeito a estas temáticas.

Trata-se de uma primeira exposição do tema, que pode ser consultada na íntegra no sítio eletrónico da ERC e que terá atualizações e desenvolvimentos regulares no pressuposto de que os I são veículos estruturantes das identidades sociais e que se espera, por isso, que sejam capazes de promover a qualidade discursiva num equilíbrio entre valores nacionais e universais, cruzando novos discursos e novas conceções, fronteiras culturais e ideologias, no sentido de contribuir para a coesão social⁴.

⁴ «O cidadão informado poderá sempre viver com uma dimensão de cidadania mais completa e protegida na cena mundial tão conectada como se vive nos dias de hoje» (“Livro Branco da Comissão Sobre o Futuro da Europa - Reflexões e cenários para a UE27 em 2025”. Documento COM (2017) 2025 final de 01.03.2017, p. 3)

Assim, trata-se de um estudo em que se pretende não apenas fornecer elementos que permitam traçar uma panorâmica da diversidade na televisão portuguesa, mas também dar início a uma linha de investigação que contemple as várias abordagens às questões da diversidade, em colaboração com os operadores, outros reguladores, instituições e representantes da sociedade civil.

ATIVIDADES DE LITERACIA MEDIÁTICA DA ERC EM 2018

Em 2018, o projeto de Literacia Mediática (LM) desenvolvido pela ERC aplicou os seus recursos, materiais e humanos, fundamentalmente em duas frentes de ação:

1. No desenvolvimento da **segunda edição do programa de literacia mediática** que a ERC vem implementando desde o ano letivo 2016/2017 em escolas integradas no programa “Mediadores para o sucesso escolar” da associação EPIS – Empresários pela Inclusão Social;
2. Nas principais atividades realizadas no **âmbito da sua participação no GILM - Grupo Informal de Literacia Mediática**.

A segunda edição do programa de LM em escolas integradas no programa “Mediadores para o sucesso escolar” – ano letivo 2017/2018 – consistiu na realização de 12 sessões junto de alunos do 3.º ciclo do ensino básico (do 8.º e 9.º anos de escolaridade) de seis escolas selecionadas pela EPIS.

Ainda em 2018 (integrada na 3.ª edição do programa) foi ministrada uma sessão na Escola Básica 2.º e 3.º Ciclos Nun'Álvares (Seixal), com o objetivo de sensibilizar os alunos para o tema “Direitos Humanos, Liberdade de Expressão e Liberdade de Imprensa” e assinalar os **70 anos da Declaração Universal dos Direitos Humanos**. As restantes sessões tiveram por base as seguintes ações que a ERC tem vindo a implementar desde 2013:

- “Literacia para os *media*: Compreender e utilizar criticamente a informação televisiva”;
- “Mensagens publicitárias nos conteúdos televisivos”;
- “Literacia e *Media* Digitais: Sabe navegar na internet de modo seguro, consciente e eficaz?”;
- “Vamos desconstruir *Reality Shows*? Entre a realidade e a ficção”;

De acordo com dados da EPIS, as referidas sessões envolveram um total de **142 alunos**, com idades compreendidas **entre os 14 e os 18 anos**.

No que diz respeito ao trabalho em parceria com o GILM destaca-se a promoção da **6.ª edição da operação 7 Dias com os *Media*** e a **realização dos III e IV FILM – Fóruns Informais de Literacia Mediática**, centrados respetivamente nos temas “Desinformação, liberdade de expressão e educação para os *media*” e “Que Competências Para a Revolução Digital?”.

Também importa destacar a participação da ERC no lançamento do **MILobs – Observatório sobre *Media*, Informação e Literacia**, o primeiro observatório nacional dedicado à área, que tem a sua génese no GILM, que surge como principal parceiro do observatório e como membro do seu conselho consultivo.

Também a nível internacional a ERC participou em atividades relacionadas com a LM, nomeadamente em iniciativas promovidas pela PRAI – *Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual Iberoamericanos*, pela EPRA – *European Platform of Regulatory Authorities* e pelo CAA – *Consejo Audiovisual de Andalucía*.

ALTERAÇÕES INTRODUZIDAS À DIRETIVA 2010/13/UE (DIRETIVA “SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL AUDIOVISUAL”) PELA DIRETIVA (UE) 2018/1808

A publicação oficial, em 28 de novembro de 2018, do texto da Diretiva (UE) 2018/1808⁵, materializa o encerramento de um extenso processo dirigido à alteração da Diretiva 2010/13/UE (“Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual”)⁶, formalmente desencadeado em 25 de maio de 2016, com a apresentação, pela Comissão Europeia, de uma proposta⁷ nesse preciso sentido.

O texto aprovado representa o resultado do compromisso obtido entre o Parlamento Europeu e o Conselho enquanto principais intervenientes no processo de codecisão relativo a esta iniciativa, estreitamente associada à denominada “Estratégia para o Mercado Único Digital na Europa”⁸, e tendente a adaptar a “Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual” às alterações registadas no setor e a possibilitar respostas adequadas às questões decorrentes dessas alterações ou a estas associadas.

Em causa estava assegurar a preservação de um mercado interno centrado na oferta e circulação de serviços de comunicação social audiovisual (e outros com estes conexos) na União Europeia, através do território dos seus Estados-membros.

As modificações introduzidas à Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual têm evidentes implicações nos ordenamentos jurídicos internos de cada Estado-membro, não apenas pela natureza intrínseca da Diretiva enquanto fonte de direito da União Europeia⁹, como também pelo facto de ter por objeto serviços dotados de notória especificidade (e relevância) nos planos cultural, político e económico.

A transposição, por parte de cada Estado-membro, das alterações ora introduzidas à Diretiva 2010/13/UE deverá estar concluída até 19 de setembro de 2020 (Cf. o seu artigo 2.º, n.º 1, da Diretiva (UE) 2018/1808).

Neste particular, importa deixar claro que a Diretiva não visa uma harmonização completa das regras relativas à prestação de serviços de comunicação social audiovisual (e também, doravante, de serviços de plataforma de partilha de vídeos). Tem-se em vista, tão-só, a instituição de um conjunto de regras mínimas, reportadas a um conjunto de domínios coordenados relativos à prestação desses serviços, e que admitem a adoção de regras mais exigentes e/ou mais pormenorizadas por parte de cada Estado-membro, contanto que essas regras não infrinjam o direito da União Europeia, e que serão aplicáveis aos fornecedores de serviços sujeitos à sua jurisdição (artigos 4.º, n.º1, e 28.º-B, n.º 6, da Diretiva 2010/13/UE).

Apesar de, conforme decorre do exposto, não ser possível antecipar qual o concreto resultado que advirá da transposição, por parte do Estado português, das soluções vertidas na Diretiva (UE) 2018/1808, afigura-se, ainda assim, útil sumariar as principais alterações introduzidas por este instrumento à Diretiva 2010/13/EU.

⁵ JOUE L 303, de 28 de novembro de 2018, pp. 69 e ss.

⁶ 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”)

⁷ Doc. COM (2016) 287 final, de 25 de maio de 2016.

⁸ Doc. COM (2015) 192 final, de 6 de maio de 2015.

⁹ Cf. artigo 288.º, §3, do “Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia” (JOUE C 83, de 30 de março de 2010, pp. 47 ss.): «A diretiva vincula o Estado-membro quanto ao resultado a alcançar, deixando, no entanto, às instâncias nacionais a competência quanto à forma e aos meios.»

É essa tarefa que se concretiza no capítulo em referência – e que é, naturalmente, diversa daquela a empreender pela ERC no ano em curso e destinada a avaliar as possíveis leituras e consequências da revisão da Diretiva “Serviços de Comunicação Social Audiovisual” na legislação portuguesa e nas práticas regulatórias nacionais¹⁰.

DIREITO DE RESPOSTA E DE RETIFICAÇÃO

Cabe à Entidade Reguladora para a Comunicação Social, nos termos dos artigos 59.º e seguintes dos Estatutos da ERC, analisar os recursos por denegação ilegítima ou cumprimento deficiente do direito de resposta e/ou de retificação.

Durante 2018 verificou-se que o número de recursos decididos na ERC que tiveram por objeto o alegado incumprimento ou cumprimento deficiente do direito de resposta e de retificação não se afastou dos números registados em anos anteriores, ou seja, foram apreciados cerca de 31 recursos com a referida natureza, consubstanciando desse modo uma parte significativa do trabalho do Regulador, o que demonstra a importância deste instituto.

A consagração legal destes direitos visa, sobretudo, a defesa dos direitos de personalidade, designadamente o direito ao bom nome e à reputação dos visados em determinada publicação, permitindo ao respondente apresentar a sua versão dos factos.

Trata-se de um direito que tem consagração constitucional (artigo 37.º, n.º 4, da Constituição da República Portuguesa) e encontra-se previsto nas leis sectoriais referentes à atividade da comunicação social em Portugal (artigos 24º e seguintes da Lei de Imprensa; artigos 64.º e seguintes da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido; e artigos 59.º e seguintes da Lei da Rádio).

Dos 31 recursos apreciados, a maioria (19 recursos) mereceu o reconhecimento do direito de resposta ou de retificação, ou seja, foram considerados procedentes.

A maioria dos recursos apresentados teve por objeto a imprensa (20), seguindo-se os serviços televisivos (9) e por fim a rádio (2). Na imprensa de expansão nacional, verifica-se que o Jornal de Notícias foi o órgão de comunicação social contra o qual mais recursos foram interpostos (4), seguindo-se o jornal “Observador” (3) e a “Revista Sábado” (3). Na imprensa regional, o “Jornal de Barcelos” foi o órgão com maior número de processos (4).

No âmbito da televisão, a quase totalidade dos recursos apresentados na ERC visaram os serviços de programas TVI e TVI 24 (6 processos).

No que respeita à tipologia dos recorrentes, constata-se que em 2018, tal como em 2017, as pessoas coletivas, privadas e públicas, foram as principais promotoras de processos junto da ERC (20 recursos).

DIREITO DE ACESSO

O direito de acesso dos jornalistas à informação configura um direito constitucionalmente protegido, encontrando-se regulado no Estatuto do Jornalista e na Lei de Imprensa.

A lei consagra o direito de acesso dos jornalistas a fontes oficiais de informação, locais abertos ao público e espaços para os quais seja convidada a generalidade da comunicação social, como um corolário da liberdade de

¹⁰ Cfr. Plano de Atividades da ERC para 2019, disponível em <https://www.flipsnack.com/ERCpt/plano-de-atividades-da-erc-para2019/full-view.html>

imprensa - estipulando-se, contudo, a possibilidade de se estabelecerem alguns condicionalismos em determinadas circunstâncias.

Desse modo, prevê-se a definição de critérios de credenciação desses profissionais, para o acesso a determinados locais, em conformidade com o disposto nos n.ºs 3 e 4 do artigo 9.º e n.º 3 do artigo 10.º do EJ, sendo de destacar a necessidade de se dar observância ao princípio da igualdade.

Cumpra ainda destacar a intervenção da ERC neste domínio, a qual se traduz na possibilidade de arbitragem dos conflitos que surjam entre jornalistas e os organizadores dos eventos em questão, contribuindo desse modo, de forma útil e atempada, para o exercício do referido direito (n.º 4 do artigo 10.º do EJ).

Da análise das queixas submetidas à análise do Regulador, constata-se que o exercício do direito de acesso dos jornalistas a locais públicos tem encontrado alguns obstáculos, verificando-se que os organizadores dos eventos, cujo acesso se encontre condicionado, nem sempre dispõem de critérios de credenciação definidos – ou, quando os têm, não os comunicam aos requerentes ou não o fazem de forma clara.

Verifica-se ainda que os jornalistas nem sempre acionam atempadamente a intervenção do Regulador, ao abrigo do disposto no artigo 10.º, n.º 4, do Estatuto do Jornalista.

É ainda de sublinhar que a lei confere à ERC poderes para a adoção de decisões vinculativas nesta matéria, cuja inobservância corresponde a crime de desobediência para os respetivos agentes económicos.

A violação das disposições legais que conformam o direito de acesso pode ainda configurar um crime contra a liberdade de imprensa, pelo que a verificação de indícios dessa natureza dever ser remetida ao Ministério Público.

Identifica-se ainda, nesta matéria, a existência de regras com origem na atividade de associações de direito privado relacionadas com o desporto, as quais contudo, não são isentas de dúvidas face ao disposto no Estatuto do Jornalista, conforme ficou evidenciado em Deliberações da ERC - ou seja, no que respeita à sua conformidade com o disposto nos artigos 9.º e 10.º do EJ (do qual resulta o regime jurídico aplicável ao exercício do direito de acesso dos jornalistas para cobertura informativa).

Reitera-se, por fim, a importância deste direito, constitucionalmente consagrado, assim como de fazer notar aos organizadores de eventos com esta natureza a necessidade de adotarem critérios de credenciação, claros e conformes com a lei, bem como de os dar a conhecer aos interessados, em tempo útil, segundo critérios de razoabilidade.

INFOENTRETENIMENTO OU *INFOTAINMENT*: OS GÉNEROS HÍBRIDOS DOS CONTEÚDOS TELEVISIVOS

A necessidade de desenvolvimento de conteúdos que captem audiências televisivas tem promovido o surgimento de formatos de programas que à partida se diriam inconciliáveis.

Conteúdos de informação requerem, desde logo, uma análise consentânea com o seu estatuto, que dada a importância que desempenham na sociedade, convoca provisões legais e éticas específicas destinadas a garantir a sua qualidade, rigor, isenção e independência, protegendo os públicos de falsidades, inverdades e promoção ilegítima de interesses que possam prejudicar a confiança na sociedade e nas instituições e que criem uma ilusão da realidade difundida a coberto da capa de credibilidade do jornalismo.

Já aos conteúdos diversos da informação jornalística, não são colocadas exigências de índole similar, uma vez que os objetivos que prosseguem diferem grandemente.

O regulador, acompanhando cautelosamente o desenvolvimento destas novas realidades, tem sido confrontado com algumas situações que geram preocupações e alertas.

O infoentretenimento ou *infotainment* é uma dessas realidades e nela a ERC tem avançado com redobrados cuidados, com vista a equilibrar os diversos interesses e direitos em confronto.

Se, por um lado, num programa de entretenimento a abordagem de temas mais sérios e de interesse jornalístico poderá promover não só a informação do público de modo mais simplificado, como também alertar para situações que merecem ser objeto de apreciação pública, a simplificação do discurso jornalístico, em particular quando aliado a um objetivo de dramatização do conteúdo para apelo às emoções, pode colidir com as regras e obrigações ético-legais que impendem sobre a atividade jornalística. A espectacularização e o sensacionalismo no tratamento de algumas questões podem pôr em causa direitos fundamentais de terceiros, cabendo aos operadores garantir que a sua programação respeite «a dignidade da pessoa humana e dos direitos, liberdades e garantias fundamentais» (Cf. artigo 27.º, n.º 1, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, LTSAP), bem como «a observância de uma ética de antena, que assegure o respeito pela dignidade da pessoa humana, pelos direitos fundamentais e demais valores constitucionais, em especial o desenvolvimento da personalidade de crianças e adolescentes» (Cf. artigo 34.º, n.º 1, da LTSAP).

Por outro lado, a inserção de rubricas de entretenimento num programa informativo, em particular num telejornal, viabiliza a transmissão e debate, as mais das vezes crítico ou satírico, acerca de assuntos que do ponto de vista da sociedade são considerados sérios, de uma forma simplificada e mais atrativa para o espectador. Porém, a sua inclusão num alinhamento de um telejornal ou como uma rubrica desse programa é suscetível de causar confusão de expectativas e perceção do público quanto ao conteúdo, sendo, por isso, recomendável a sua clara separação e distinção do conteúdo noticioso/jornalístico.

A ERC continuará a acompanhar a evolução destes géneros híbridos e seus impactos ao longo de 2019, estando prevista a elaboração de um estudo mais aprofundado e abrangente sobre a temática.

A ATIVIDADE SANCIONATÓRIA DA ERC

No que concerne ao poder sancionatório, cabe à ERC processar e punir a prática de ilícitos contraordenacionais previstos nos seus Estatutos e nos que lhe forem atribuídos por qualquer outro diploma em matéria de comunicação social.

Incumbe ainda à ERC participar às autoridades competentes a prática de ilícitos penais de que tome conhecimento no desempenho das suas funções.¹¹

A instrução dos processos contraordenacionais instaurados pela ERC rege-se pelo disposto no Regime Geral das Contraordenações e Coimas¹² e, subsidiariamente, pelo disposto no Código de Processo Penal.¹³

¹¹ Cf. Artigo 67.º dos Estatutos da ERC

¹² Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de Outubro

¹³ Decreto-Lei n.º 78/87, de 17 de Fevereiro, alterado pela Lei n.º 27/2019, de 28 de março

Dado constituírem infrações administrativas, encontram-se ainda adstritas ao regime contraordenacional e adicionalmente sujeitas a sanção pecuniária compulsória.

Decorre da análise quantitativa e qualitativa da atividade sancionatória da ERC que:

- A. Esta se centra em processos contraordenacionais, com ou sem aplicação de coimas ou admoestações. Atividade que em média absorve quase 10 % das Deliberações adotadas;
- B. O quadro regulatório admite outras ações que, não preenchendo o conceito estrito de «sanção», revelam, geralmente de forma acessória ou por agravamento, um desvalor enquanto tal entendido pelos regulados (máxime a obrigação de publicitação de juízos de censurabilidade);
- C. Nem sempre ao manifesto objetivo legal de garantir certos direitos ou obrigações, p. ex. rigor informativo, corresponde necessariamente previsão legal de contraordenação;
- D. A dispersão das previsões normativas pela legislação setorial – e consequente variação das correspondentes sanções – dificulta a ação e procedimento sancionatório do Regulador.

PROCEDIMENTOS DE REGULAÇÃO E SUPERVISÃO

Os Estatutos da ERC dedicam um capítulo aos procedimentos de regulação e supervisão. Embora à primeira vista possa parecer que essa matéria se encontra aí regulada de forma cabal, 13 de aplicação prática do diploma associados a diversas alterações no setor e em legislação que de algum modo toca a atividade da ERC revelaram algumas lacunas e incoerências, obrigando a encontrar soluções que permitam a tramitação dos procedimentos.

Em especial, neste texto, trata-se dos procedimentos que são iniciados na sequência de um requerimento ou exposição de um particular, apresentando-se de forma simples de que forma são «operacionalizados» e destacando as principais diferenças quando seguem a tramitação do procedimento de queixa ou do procedimento oficioso.

O presente texto tem como objetivo apresentar de forma simples o cenário atual, partilhando, com transparência, como são interpretados os dispositivos legais aplicáveis e «operacionalizados» neste momento os procedimentos que se iniciam na sequência de requerimentos apresentados por particulares, sabendo de antemão que não existem enquadramentos jurídicos perfeitos e que está em causa, como sempre no Direito, um trabalho em curso.

Não se trata, portanto, de elencar todos os procedimentos que podem ser tramitados na ERC, mas apenas de tratar os procedimentos «de queixa» e «oficiosos».

Refira-se que atualmente todos os procedimentos iniciados na sequência de requerimento de um particular – que não sejam enquadráveis noutro procedimento específico, como é o caso, por exemplo, do direito de resposta e de retificação – seguem um de dois procedimentos: procedimento de queixa ou procedimento oficioso¹⁴.

¹⁴ Sendo que o procedimento oficioso abrange ainda os procedimentos desencadeados por iniciativa da ERC.

OS MEIOS

OFERTA E CONSUMOS DE *MEDIA*

O capítulo relativo à oferta e consumos de *media* tem como objetivos caracterizar a estrutura de mercado e conhecer os padrões de consumo dos diferentes meios de comunicação social. Através de diversas fontes de dados, sistematizam-se as principais tendências e evoluções registadas em 2018.

Televisão:

A oferta de serviços de programas televisivos varia consoante a plataforma de distribuição de sinal de televisão. O acesso livre através da TDT oferece sete canais em Portugal Continental, quatro generalistas e os restantes temáticos. A oferta aumenta na televisão paga, variando entre 105 e 172 canais, conforme o operador de distribuição, estando os canais temáticos mais presentes.

A televisão é o meio de comunicação tradicional dominante em Portugal. O canal generalista, TVI, foi o mais visto em 2018, seguido da SIC e da RTP1. Estes canais transmitidos em sinal aberto, em conjunto com a RTP2, representam metade da quota de audiência. Contudo, anualmente os canais da televisão paga ganham progressivamente a preferência dos espectadores.

As competições de futebol transmitidas pelos canais generalistas em sinal aberto são os programas mais vistos pelos portugueses.

Rádio:

A paisagem radiofónica em Portugal é composta por mais de 320 serviços de programas radiofónicos, sendo que três quartos são de programação generalista e os restantes são de tipo temático.

O autorrádio é o suporte de escuta de emissões de rádio com mais utilizadores em Portugal e as estações generalistas Rádio Comercial e RFM apresentam, em 2018, as maiores audiências.

Imprensa:

Em Portugal encontram-se 1770 publicações periódicas ativas, das quais mais de metade é produzida em papel. Contudo, nos últimos anos, o número de títulos distribuídos em suporte eletrónico ou simultaneamente em papel e eletrónico tem vindo a aumentar.

No mercado das publicações periódicas, o número de títulos de informação geral é maior do que o número de publicações de informação especializada.

O diário de informação geral Correio da Manhã, na sua versão impressa, é a publicação mais lida em 2018, seguida pelo diário Jornal de Notícias. Por outro lado, as assinaturas digitais têm vindo a ganhar interesse entre os portugueses, embora não compensem as perdas em papel.

Internet:

Mais de três quartos da população residente em Portugal entre os 16 e os 74 anos contactou com a internet, sendo frequente o acesso através de telemóveis ou *smartphones*.

Em termos de audiências de internet, os *sites* dos grupos de *media* nacionais com maior *reach* em 2018 são *sites* de notícias, destacando-se o Correio da Manhã, o Público e o Jornal de Notícias.

INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO - A EVOLUÇÃO DO MERCADO NOS ÚLTIMOS DEZ ANOS

Para avaliar o investimento publicitário em Portugal, optou-se por contrapor as estimativas da Marktest com as da Omnicom Media Group. Estas fontes adotam métodos claramente distintos, divergindo nos valores que apresentam.

A Marktest utiliza 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. Esta diferença faz com que as estimativas apresentem uma discrepância aproximada de 9,9 mil milhões de euros no valor total do investimento publicitário em 2018.

A televisão é o segmento que capta a maioria do investimento dos anunciantes, 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, contudo anualmente as receitas publicitárias nos canais por cabo aumentaram.

Ambas as fontes confirmam que o investimento publicitário no digital continua a crescer e que a imprensa é o segmento que mais recuou em dez anos. Já nos outros segmentos analisados, as fontes apresentam divergências relativamente ao comportamento do investimento publicitário entre 2008 e 2018. Para a Marktest, a rádio, a publicidade *outdoor* e o cinema aumentaram as suas receitas; por outro lado, a Omnicom regista quebras nestes setores.

A partir de 2014, o investimento publicitário tem apresentado sinais de recuperação com aumentos consecutivos, segundo as fontes citadas. Salienta-se que ambas as estimativas registaram decréscimos consideráveis entre 2008 e 2013, produto da crise financeira.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

As regras e os deveres de transparência a que fica 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, encontram-se previstas na Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

O referido diploma atribui à ERC 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.

As aquisições de espaço publicitário para divulgação de publicidade institucional do Estado são comunicadas à ERC através da plataforma “Publicidade Institucional do Estado”, na qual também é inserida pelas entidades a documentação de suporte, comprovativa das despesas de distribuição das campanhas.

Em 2018, os investimentos comunicados à ERC pelas entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado atingiram o montante global de 1 322 464,33 euros, num total de 136 campanhas comunicadas ao longo do ano, por 19 entidades abrangidas pelos deveres de comunicação, contidos no referido diploma.

Verificou-se ainda que, das 19 entidades que comunicaram despesas em campanhas de publicidade institucional do Estado, 11 investiram em meios de comunicação social regionais e locais, atingindo um total de 309 804,68 euros, o que corresponde a um valor percentual de 23,4 % do total anual investido na aquisição de espaços publicitários.

De salientar com nota positiva o aumento de 76 %, no que respeita aos investimentos distribuídos pelos meios de comunicação social regionais e locais, por comparação com o ano anterior, segundo dados da Plataforma Digital da ERC.

O investimento mais elevado foi realizado com a distribuição da campanha de sensibilização para a redução dos incêndios rurais, promovida pelo Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, que atingiu um montante próximo dos 550 mil euros, dos quais cerca de 152 mil euros foram investidos em meios de comunicação social regionais e locais.

REGISTO DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

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, e 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 de 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, conseqüentemente, 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 2018, manteve como uma das grandes prioridades a consolidação do edifício registral dos órgãos de comunicação social.

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).

No universo dos registos dos órgãos de comunicação social em 2018, encontravam-se ativos 2452 registos. Destes, 1770 de publicações periódicas, 267 de empresas jornalísticas, uma empresa noticiosa, 329 serviços de programas de rádio, distribuídos por 293 operadores de rádio, 60 serviços de programas televisivos, distribuídos por 25 operadores televisivos, nove operadores de distribuição e 87 serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet.

Ao longo de 2018, a ERC procedeu a 196 inscrições no universo dos órgãos sujeitos a registo.

SONDAGENS E INQUÉRITOS DE OPINIÃO

O ano de 2018 trouxe um grande abrandamento ao setor de atividade das sondagens políticas no domínio dos estudos realizados com intenção de divulgação pública. Esta diminuição no número de sondagens produzidas está intimamente ligada à ausência de escrutínios eleitorais com impacto na área das sondagens e dos estudos de opinião.

Assim, em 2018, foram depositadas 27 sondagens de opinião, número que representa uma diminuição de 77,5 % face ao total de depósitos registados em 2017.

O universo das entidades credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião era constituído, a 31 de dezembro de 2018, por 10 entidades, diminuindo em quatro o número de licenças face ao verificado no fecho de 2017.

Caracterização geral das sondagens

Foram três as entidades credenciadas que efetuaram depósitos de sondagens em 2018, o que espelha um grande aumento da concentração das quotas do mercado das sondagens políticas realizadas para divulgação pública, já que em anos anteriores o número de empresas a depositar sondagens nunca foi inferior a oito. A Eurosondagem voltou a posicionar-se, agora pelo nono ano consecutivo, como a empresa mais representativa do setor com um total de 14 depósitos efetuados. Em segundo lugar, pelo terceiro ano consecutivo, e responsável por 12 depósitos, surge a Aximage.

Os *media* constituem-se como os grandes clientes das sondagens políticas, destacando-se a predominância assumida pelos órgãos de comunicação social de âmbito nacional (82,2% do total de clientes registados nos depósitos). Como principais clientes, são de destacar o Correio da Manhã, o Jornal de Negócios, o Expresso e a SIC, pela regularidade na contratação e publicação de barómetros políticos ao longo do ano.

Quanto ao objeto dos estudos depositados, o grupo temático mais visado, em 2018, foi o que se relaciona com as intenções e o sentido de voto, destacando-se sobretudo as questões relativas ao voto legislativo. Seguem-se, em igualdade de importância entre si, os grupos temáticos relacionados com a avaliação dos órgãos e dos atores políticos e com a atividade dos órgãos constitucionais e dos seus representantes. No grupo relativo à avaliação são de destacar as questões relativas à imagem / popularidade do Presidente da República, Primeiro-Ministro e dos líderes partidários e no grupo relativo à atividade dos órgãos constitucionais são de destacar as questões relativas às expectativas em relação à ação do Governo.

A centralidade temática destes três conjuntos de questões decorre destas serem matérias que marcam presença assídua nos barómetros políticos realizados ao longo do ano.

Características metodológicas das sondagens

No domínio metodológico, as amostras de seleção aleatória e a entrevista telefónica foram os métodos e técnicas empregues pelas entidades credenciadas. As sondagens de âmbito geográfico nacional ou continental representam mais de três quartos dos depósitos de 2018 (44,4 % e 29,6 %, respetivamente).

Divulgações de sondagens

Em 2018 foram divulgadas e identificadas 671 peças cujo enfoque aludia, de forma central ou marginal, a estudos de opinião cuja temática se considera subsumível na Lei das Sondagens. Deste total, 657 correspondiam a peças sobre sondagens depositadas na ERC e 14 a peças sobre inquéritos de opinião.

Observando somente as 657 peças sobre sondagens depositadas na ERC, verifica-se que a este valor corresponde uma média de 54,8 divulgações mensais, ou seja, quase 1,8 divulgações de sondagens por dia, em média. Neste período, verificou-se uma diminuição de 55,1 % no número de divulgações identificadas face aos valores registados em 2017 (1462).

A televisão e a internet são os meios preferenciais de difusão de resultados de estudos de opinião, representando estes meios, respetivamente, 36,1 % e 33,8 % do total de divulgações. De assinalar, que a imprensa continua a subir desde 2016 o seu peso relativo como divulgadora de sondagens, enquanto que a rádio passou a ter uma presença muito diminuta.

Procedimentos e deliberações

A ação reguladora da ERC na área das sondagens continuou a privilegiar a vertente preventiva desenvolvida em anos anteriores, agindo sempre que possível junto dos regulados, no sentido de fazer compreender e respeitar as regras aplicáveis à área.

Em 2018, foram desencadeados 17 processos relativos à realização e publicação de inquéritos e sondagens de opinião, resultantes principalmente de pedidos de 'credenciação, renovação ou caducidade' das licenças para a realização de sondagens (7), de procedimentos oficiosos 'Decorrentes da análise dos depósitos e divulgações' de sondagens (6), de 'Pedidos de parecer sobre sondagens' (2) e de 'Pedidos de informação' relacionados com as regras aplicáveis aos estudos de opinião (2). Em matéria de encerramentos, foram concluídos 31 processos, 14 dos quais iniciados no próprio ano.

ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DO SETOR DE *MEDIA* EM PORTUGAL - 2018

O presente relatório económico-financeiro sobre o setor da comunicação social português em 2018 pretende mostrar uma fotografia fidedigna do universo de regulados da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), tanto numa base agregada como 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, das fontes de receita e da rentabilidade e solidez das empresas de comunicação social. São também apresentados os principais eventos e tendências evidentes durante

2018, a que se segue um capítulo de perspectivas 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 existente, mantendo a uniformidade dos parâmetros em análise, por forma a facilitar comparações.

A análise financeira realizada mostrou que, em 2018, a rentabilidade da componente operacional e da atividade global das empresas foi positiva no universo de casos analisados. No entanto, dada a pequena dimensão da amostra, conclusões setoriais mais detalhadas apenas serão avançadas na atualização deste estudo, a desenvolver com informação obtida mediante acesso a um conjunto mais alargado de Relatórios e Contas e aos dados relativos ao ano transato reportados no Portal da Transparência. O Portal da Transparência coleciona informação financeira ao abrigo da Lei nº 78/2015, de 29 de julho, e do Regulamento n.º 348/2016, de 1 de abril de 2016, sendo o prazo máximo de reporte de informação, relativa a 2018, 31 de maio de 2019.

São vários os desafios com que se deparam as empresas de comunicação social, resultado da consolidação de novas formas de consumo e distribuição de conteúdos suportadas pelo desenvolvimento da infraestrutura digital, fixa, móvel e convergente, e das novas tecnologias *over-the-top* (OTT). No panorama internacional, assiste-se ao aparecimento de um número crescente de empresas de distribuição de televisão, tecnológicas que pretendem não só fornecer serviços de *media*, como ser proprietárias exclusivas de conteúdos.

A dispersão da publicidade, nomeadamente na internet e a redução do seu preço mantém-se uma tendência setorial, há vários anos, e afeta diretamente uma das principais fontes de receita dos órgãos de comunicação social. Esta dispersão reflete, por um lado, a escala da internet e a maior alocação de gastos com publicidade às diversas plataformas *online* e, por outro, a discricionariedade, também maior, do lado do utilizador, na escolha do consumo de conteúdos.

O espaço digital criou também condições para a entrada de novos intervenientes, quer a nível de produção de conteúdos, quer a nível de distribuição, como as ofertas *over-the-top*, a influenciarem tanto a quantidade como o preço de venda de conteúdos, produções e canais. Já em 2019, até a Apple anunciou um conjunto de iniciativas de distribuição e produção de conteúdos *media*.

A aquisição de conteúdos exclusivos tem sido vista como um fator diferenciador da oferta de serviços, seja por via da aquisição de direitos de transmissão de eventos importantes, como por exemplo os desportivos, seja por via da aquisição de empresas de conteúdos. Os preços pagos são elevados, o que é claro quando se observam os custos anuais com conteúdos incorridos pelas empresas face às receitas geradas, os passivos dentro e fora do balanço que geram e os múltiplos financeiros envolvidos nas recentes operações de fusões e aquisições internacionais.

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 e no pluralismo do país.

Todos estes aspetos são tratados com maior detalhe no presente estudo.

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

As informações expostas no presente capítulo, baseadas nas comunicações dos regulados ao abrigo das obrigações legais da transparência, revelam uma paisagem mediática plural, diversificada e dispersa, prevalecendo as entidades de pequena dimensão, que prosseguem a atividade de imprensa e que detêm uma única publicação periódica. São minoritárias as entidades com mais do que um órgão de comunicação social, sendo ainda mais residuais aquelas que combinam diferentes tipos de meios.

Do ponto de vista económico e financeiro, verifica-se uma concentração financeira nas sociedades anónimas, apesar do seu número reduzido comparativamente com outros tipos de sociedades. As maiores empresas, com ativos superiores a 10 milhões de euros, correspondem a 2,8 % das entidades registadas na Plataforma Digital da Transparência, mas representam perto de 88,5% dos ativos totais do setor. No espectro oposto, as pequenas entidades, com ativos abaixo dos 100 mil euros, ainda que traduzam 51,2% das entidades registadas, representam apenas 0,7 % dos ativos.

Cerca de 69 % das entidades que comunicaram dados financeiros relativos à atividade de comunicação social apresentaram resultados líquidos positivos e 74 % exibiram resultados operacionais ou resultados antes de custos financeiros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) também positivos. São dominantes determinados segmentos, com destaque para o televisivo, evidenciando-se, por outro lado, que a área da imprensa é a mais afetada por resultados líquidos negativos.

Não obstante, a comunicação social prossegue diferentes objetivos: apesar de se constituir como negócio, não se esgota nesta dimensão, ao visar finalidades simbólicas, promocionais, ideológicas ou culturais, entre outras. A informação comunicada comprova a transversalidade social do campo da comunicação social, o que contribui para dar visibilidade a outros campos, agentes e protagonistas de comunicação para além dos grupos empresariais mais reconhecidos. É neste quadro que se autonomizam, pela sua importância e dimensão, alguns âmbitos de atividade social, designadamente, o desporto, a saúde e bem-estar, o setor social e solidário e as religiões.

Constituindo a transparência dos *media* uma recente área de atuação do regulador dos *media*, a ERC dispõe hoje de um saber mais macro e preciso do setor que regula. Pela abrangência e diversidade de dados comunicados ao abrigo das disposições legais da transparência, poderemos antever que o seu cumprimento permitirá traçar, no futuro, um retrato mais completo 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, respetivas fontes de financiamento e práticas de gestão.

Reitera-se que uma das preocupações da ERC é tornar pública parte significativa desta informação, através de uma base de dados eletrónica oficial criada para o efeito, o Portal da Transparência.

O capítulo em referência estrutura-se em duas partes principais: i) enquadramento das disposições legais da transparência; ii) apresentação e análise dos dados comunicados na Plataforma (até 3 de junho de 2019). Esta segunda parte, por sua vez, organiza-se em três pontos: a) caracterização das entidades registadas na Plataforma; b) exposição dos meios de comunicação social por setores de atividade económica e áreas sociais relevantes; c) aprofundamento das relações transversais de titularidade das principais empresas de *media* nacionais. Este último ponto implicou o desenho de estruturas de titularidade direta e indireta, a partir dos dados inseridos na Plataforma.

RADIODIFUSÃO SONORA

ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO PÚBLICA – ANTENA 1, ANTENA 2 E ANTENA 3 (2018)

A presente análise caracteriza a programação oferecida pela Antena 1, Antena 2 e Antena 3, tendo particularmente em conta 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.

Tomando em consideração a caracterização da diversidade de géneros radiofónicos, incluindo por período horário, e as funções na programação dos três serviços de programas, conclui-se que há uma lógica de complementaridade que se encontra prevista na letra e no espírito do CCSPRT. Tal verifica-se tendo em atenção três dimensões estruturantes, designadamente a referida diversidade de géneros radiofónicos, funções na programação e tecnologia e informação.

Foi analisado um total de 24 799h8m17s de programação, cabendo à Antena 2 um total 8547h52m06s, à Antena 3 de 8369h33m22s e a Antena regista 17881h42m49s.

Considerando os resultados obtidos para cada um dos serviços de programas:

ANTENA 1

A **Antena 1 emite programas de seis categorias**, destacando-se a **música** e seguindo-se a **informação**. Com um relevo significativamente menor, encontra-se a programação de **cultura e conhecimento**. Estes três géneros totalizam quatro quintos (82 %) da emissão deste serviço de programas. Na **Antena 1** a programação que se insere na categoria institucional/religioso, está menos presente e totaliza 207 horas.

Estas macro-categorias desagregam-se em 31 *géneros*, sendo que 26 estão presentes na Antena 1. Na primeira e terceira posições figuram dois géneros pertencentes à categoria **música**: São estes a **música de continuidade** (24,3 %), com perto de 1913 horas de emissão, e **programas de música** (11,9 %), com 935 horas emitidas. O segundo género mais representado são os **noticiários** (15,9 %), com 1255 horas.

A **informação** é o tipo de conteúdo mais representado nos quatro horários diurnos contemplados e a **música** e o **desporto** nos dois restantes períodos noturnos. A categoria informação é mais expressiva entre as 10h-11h59m (58,5 %). Nos intervalos noturnos, regista-se, entre as 20h-22h59, a predominância da **música** (35,9 %) e de conteúdos **desportivos** (34,9 %), e das 23h às 05h59m, o destaque vai para a **música** com metade da totalidade dos conteúdos transmitidos (54,7 %).

A **música de continuidade** destaca-se por ser a categoria com maior percentagem de duração em cinco dos seis períodos horários. As exceções são no intervalo das 10h às 11h59, em que o destaque pertence aos programas de **antena aberta** (26 %), pertencente à categoria **informação**, e 20h e as 22h59 com a **transmissão desportiva** (30,8 %). Porém, é também neste último intervalo que a representatividade da **música de continuidade** é maior (30,6 %).

Nos programas que compõem as grelhas da Antena 1 as funções **informar** e **entreter** são as principais. A **primeira ocupa quase metade (48,2 %)** do tempo total, com cerca de 3802 horas de emissão. A segunda, entreter, totaliza **47,7 %** da duração anual dos programas emitidos em 2018. **Formar** e **promover/divulgar** (ambos com 2 %) assumem um peso idêntico.

ANTENA 2

A **Antena 2**, por seu lado, apresenta os programas **culturais/conhecimento** (20,5 %) em segundo lugar, somando mais de 1700 horas de emissão e, a grande distância, os **informativos** (3,2 %), no terceiro posto, com 274 horas contabilizadas. Ambos revelam grande intervalo em relação à primeira categoria (**música**). Estes três *géneros* totalizam 99,6 % 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 – 16 de uma grelha de 31 –, tem nas três categorias do género **música** as mais prevaletentes na emissão: Os **programas de música** preenchem dois quintos (41,9 %) das 8547 horas emitidas. As 1813 horas de **música de continuidade** correspondem a um quinto da sua programação (21,2 %). A transmissão de **espetáculos**, em terceiro lugar, atinge 12,7 % da duração total.

Os **programas de música** prevaletcem em três dos seis intervalos horários, excetuando na primeira metade da manhã (06h-09h59m), na segunda parte da tarde e à noite (17h-19h59m), e à noite (20h-22h59) sendo os **espetáculos** mais valorizados nestes últimos dois períodos (32,2 % e 67,0 %, respetivamente).

A programação da Antena 2 tem como função por excelência **entreter**, que está presente em 61,1 % da duração total dos conteúdos difundidos em 2018, ultrapassando as 5200 horas. **Informar** representa 35,3 % (3019:25:17) das horas emitidas pela Antena 2, enquanto **formar** não vai além de 297 horas (3,5%). Saliente-se que quase metade do tempo garantido à *função formar* corresponde a programas de artes e *media*, sobre várias expressões artísticas, entre elas a música, e também ciência e tecnologia, literatura e património (53,3 %).

ANTENA 3

A **Antena 3** emite programas pertencentes a **quatro géneros**, sendo a **música** o tipo de conteúdos claramente predominante, seguida do **entretenimento**. A soma da duração destes dois géneros principais representa a quase totalidade (94,4 %) 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**, com aproximadamente um total de 3809 horas, e os **programas de música**, com 2937 horas, destacam-se, respetivamente, no primeiro e no segundo lugares em termos de horas de emissão. O terceiro *género* mais importante, a distância assinalável, é o dos programas de **talk show** (a rondar 710 horas de emissão).

A **música de continuidade** predomina em quatro dos seis períodos horários, sobretudo no primeiro turno da tarde (77 %), em que supera três quartos do volume horário total. Os **programas de música** são o conteúdo predominante nos períodos da noite (50 %) e madrugada (74 %).

A *função entreter* é a mais expressiva no total de horas de programação emitidas pela Antena 3, contabilizando 7799 horas, 93 % do total de horas emitidas. Esta *função* está concentrada sobretudo nos géneros *música de continuidade* (49 %) e *programa de música* (38 %) e, ainda que com expressão substancialmente menor, *talk shows* (9 %).

Informar é a segunda função mais saliente na Antena 3, com 568 horas de emissão, perto de sete em cada cem horas emitidas, sobretudo materializada nos programas de *artes e media* e *noticiários*.

A função **formar** tem uma presença residual nas grelhas da Antena 3, com menos de três horas contabilizadas em 2018, correspondentes ao programa “Em Nome do Ouvinte”.

CONTRATO DE CONCESSÃO DO SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIO E TELEVISÃO (CCSPRT)

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».

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 respondida 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

Em 2018, a Entidade Reguladora, no âmbito das suas atribuições e no exercício das suas competências, revogou a licença radiofónica de um operador.

Autorizou dois pedidos de alteração de projeto, um com alteração da tipologia, e três pedidos de alteração de denominação.

Relativamente à alteração de domínio dos operadores, foram autorizados quatro pedidos de alteração do controlo do capital social e foi aprovada a cessão de um serviço de programas e respetiva licença do operador radiofónico.

Foram ainda emitidos 12 pareceres prévios quanto à utilização de dados no sistema RDS, dos quais foi dado conhecimento à ANACOM, que detém a competência de concessão destas autorizações.

A ERC aprovou ainda 17 pedidos de registo para rádios a transmitir exclusivamente através da internet.

FISCALIZAÇÃO DAS RÁDIOS LOCAIS EM 2018

No exercício das funções atribuídas à ERC, foram desenvolvidas ações de fiscalização junto dos serviços de programas dos operadores do setor 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, Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, tendo por base a verificação do cumprimento das obrigações legais aplicáveis na Lei da Rádio, Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro.

Em 2018, foram efetuadas 27 ações de fiscalização aos serviços de programas dos operadores de radiodifusão local para verificação das obrigações legais, de acordo com o plano aprovado pelo Conselho Regulador, tendo-se constatado que, na generalidade, as rádios fiscalizadas estão a cumprir os requisitos exigidos pela Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro.

Estas ações envolveram 20 serviços de programas localizados em 14 distritos de Portugal, e sete serviços de programas localizados na Região Autónoma de Madeira.

QUOTAS DA MÚSICA PORTUGUESA

Em 2018, encontravam-se ativos no “Portal das Rádios” 217 serviços de programas, dos 329 serviços de rádio licenciados, apesar das várias ações de sensibilização que a ERC tem vindo a desenvolver junto dos regulados do setor para publicação da informação relativa às difusões musicais no referido Portal.

Nos termos do artigo 2.º do Regulamento n.º 495/2008 da ERC, aprovado, em 28 de agosto, 32 serviços de programas, classificados como temáticos musicais de acordo com o projeto licenciado, estão isentos do cumprimento das quotas previstas na lei.

A inscrição no “Portal das Rádios”, disponibilizado pela ERC desde 2007, continua a ser voluntária, não havendo base legal para que se torne uma obrigação para todos os operadores/serviços de programas. Assim, no período em análise, foi apurada a média mensal de 131 serviços de programas que prestaram informação por via do Portal sobre as suas difusões musicais.

Além dos serviços locais ativos no Portal, monitorizaram-se mensalmente as quotas do serviço de âmbito regional de cobertura sul (M80) e dos cinco serviços de âmbito nacional (Antena 1, Antena 3, Rádio Comercial, Rádio Renascença e RFM).

Diminuíram as situações de desvio do cumprimento da quota mínima de 25 %, atenta a análise do período diário de maior audiência, definido entre as 7 e as 20 horas

Dos serviços ativos analisados e no que respeita aos de âmbito local, de acordo com os dados rececionados, mais de 90 % cumpre a quota legal de 25 % de difusão de títulos portugueses.

Da subquota de 60 % dedicada a temas em língua portuguesa compostos ou interpretados por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, uma percentagem superior a 90 % das rádios locais cumpre este requisito.

O serviço de programas de âmbito regional M80 cumpriu e apresentou percentagens superiores à quota de 25 % de música portuguesa, nas 24 horas de emissão e no período das 7 às 20 horas.

Da subquota de 60 % também o operador regional sul cumpriu e superou a percentagem mínima determinada, registando valores na ordem dos 80 %, nos dois períodos horários estabelecidos na lei.

Os serviços de programas nacionais privados, RFM e Rádio Comercial, corrigidas algumas flutuações, cumprem ou ultrapassam a quota de 25 % de música portuguesa, tanto nas 24 horas de emissão como no período das 7h às 20h, não obstante os valores da RR em alguns meses do ano não corresponderem à musical efetivamente difundida, atendendo aos constrangimentos técnicos verificados.

Da subquota de 60 % os três serviços de âmbito nacional ultrapassaram nas suas emissões a quota estipulada, nos dois períodos da emissão referenciados na lei, tendo sido a RR a apresentar a maior percentagem de música em língua portuguesa. Em dois meses do ano, a RFM registou uma ligeira flutuação abaixo da quota mínima expectável.

Da quota de 35 % de música recente, quanto aos serviços de programas nacionais, a RFM e a Rádio Comercial apresentaram percentagens bastante superiores ao mínimo definido, no entanto, a RR ficou aquém da quota estabelecida, atentas as condicionantes da sua programação musical e público-alvo específicos, bem como da elevada percentagem de música portuguesa que difunde e que condiciona o cálculo desta subquota.

Encontram-se isentos do cumprimento das quotas de música 32 serviços de programas temáticos musicais, ao abrigo do regime de exceção previsto no artigo 45.º da Lei da Rádio e tendo por base o Regulamento da ERC (n.º 495/98) cuja programação assenta no género *dance music, hip-hop e jazz*.

QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – SERVIÇO PÚBLICO

Em matéria de difusão da música portuguesa, a Antena1 cumpriu as exigências previstas, no artigo 42.º da Lei da Rádio, de emissão de uma percentagem não inferior a 60 %, quer no apuramento nas 24 horas de emissão, quer no período entre as 7h e as 20h, sempre acima de 70 %.

No que respeita à emissão de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, a quota mensal rondou ou superou os 90 %, ultrapassando em muito aquela que está estabelecida, e registou a média anual mais alta do quinquénio, 90,5 %.

No que atende à difusão de uma quota mínima de 35 % de música recente, os valores apurados foram bastante superiores à mesma, registando no último mês do ano a quota de 60,3 %.

A Antena3, quanto à difusão de música portuguesa, registou, ao longo de 2018, valores mensalmente superiores a 50 %, quer nas 24 horas de emissão, quer no período entre as 7h e as 20h.

Em matéria de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia, a Antena3 apresentou desvios face à quota mínima exetável, que veio a corrigir, aumentando estas difusões com maior visibilidade nos últimos dois meses do ano. Demonstra da mesma forma o comparativo do último biénio, quanto a apuramentos semestrais, uma tendência positiva, no período de maior audiência, de cumprimento da quota de 60 %.

No que atende à quota de música recente, a Antena3 registou valores em muito superiores aos previstos na lei, com percentagens acima dos 70 % ou 80 %, sendo notória a posição do serviço de programas na divulgação de nova música portuguesa.

TELEVISÃO

PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS ANÁLISE DAS OBRIGAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO - RTP1, RTP2, SIC, TVI, CMTV E RTP3 (2018)

De modo a responder ao objetivo de verificar o cumprimento dos princípios do *pluralismo* e da *diversidade* na programação televisiva exibida em 2018, foram analisadas as grelhas de programas dos serviços de programas generalistas RTP1, RTP2, SIC, TVI, CMTV e do temático informativo RTP3.

A análise da programação televisiva parte do entendimento de que a diversidade da oferta de conteúdos constitui uma das dimensões do 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.

A verificação do respeito pela *diversidade* é aferida através das seguintes dimensões:

- A. Classificação dos programas emitidos tendo por base uma grelha de classificação composta por 39 *géneros televisivos* pertencentes a sete *macrogéneros*;
- B. Classificação das *funções predominantes* dos programas emitidos, em linha com as funções elencadas na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais e Pedido (LTSAP);
- C. Composição da grelha de programas em horário nobre (horário de maior audiência)
- D. Programação *específica*, a saber:
 - d.1) a programação *informativa*;
 - d.2) a programação dirigida ao público *infantil/juvenil*;
 - d.3) a programação de natureza *cultural* e de *conhecimento*;
 - d.4) a programação destinada à *promoção da diversidade cultural e interesses de grupos minoritários* no contexto nacional.

A análise destas dimensões é feita através da leitura de dois indicadores, sendo o principal a *duração global* (volume de horas de emissão), complementado sempre que necessário pela *frequência de exibição* (número de edições de programas).

Além das obrigações gerais de programação fixadas na LTSAP, também se considera:

- no caso do operador público de televisão (RTP1, RTP2, RTP3) o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão (CCSPRT);
- no caso da SIC e da TVI, os respetivos cadernos de encargos das licenças de difusão¹⁵;
- no da CMTV, a autorização para o exercício da atividade de televisão e o correspondente projeto editorial.

Sendo a primeira edição do Relatório de Regulação em que se analisa a diversidade de programação do canal CMTV, importa notar que a sua emissão desafia a lógica unitária e sequencial que se tem vindo a observar nos restantes serviços de programas, com unidades de programação mais estáveis, padronizadas e formalmente íntegras. A análise deparou-se com a dificuldade em identificar a unidade de análise *programa* com recurso à sua delimitação por elementos formais (genérico e ficha técnica e artística), em conformidade com o conceito de *programa* desenvolvido pela ERC a partir da definição apresentada na Lei da Televisão. Tal dificuldade é agravada por frequentes interrupções na emissão e inconstância na duração das edições ou episódios de um mesmo programa. Por este motivo, optou-se por não apresentar o indicador “número de programas” relativamente à CMTV.

¹⁵ Avaliações tornadas públicas nas Deliberações 1-L/2006, de 20 de junho (Renovação das licenças para o exercício da atividade televisiva dos operadores SIC e 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 (primeira 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), 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro (primeira 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) e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

No total dos seis serviços de programas analisados foram contabilizadas:

- RTP1 - 7117h07h42 horas de emissão, correspondentes a 8326 programas;
- RTP2 - 8380h11m15s, correspondentes a 24 346 programas;
- SIC - 6091h39m10s de emissão, correspondentes a 6660 programas;
- TVI - 6346h42m11s, correspondentes a 6875 programas;
- CMTV - 7788h40m46s;
- RTP3 - 8298h15m37s, correspondentes a 13 403 programas.

Independentemente da expressão que cada género televisivo assumiu, seja em tempo de programação ou no número de programas, constatou-se que, dos 39 géneros que compõem a grelha de análise:

- a RTP1 exibiu programas classificados em 31 géneros;
- a RTP2, tal como a TVI, exibiu programas de 29 géneros distintos;
- os programas da SIC foram classificados em 27 géneros televisivos;
- a programação da CMTV repartiu-se por 20 géneros, menos um que a RTP3, com 21 géneros.

A análise da diversidade baseada na **classificação dos programas em macrogéneros/géneros** televisivos permitiu concluir que os géneros televisivos englobados no macrogénero *entretenimento* foram os mais representados no caso da RTP1 (34,0 %) e da TVI (38%). Na RTP2, a maior parcela de tempo de programação foi ocupada pelos *infantis/juvenis* (40,0 %). A SIC ocupa mais de um terço do seu tempo de programação com ficção (36 %). Em primeiro lugar na CMTV, com grande proeminência, está o macrogénero *informativo*, que representa quase dois terços (64 %) do tempo de programação – só ultrapassada pela RTP3, na qual os *informativos* representam 79,3 % do tempo total de programação – como seria expectável, atendendo a vocação informativa deste canal temático do operador de serviço público.

A difusão de programação diversificada e plural em horários de maior audiência, nomeadamente em **horário nobre (20h00-22h59)**, integra o rol das obrigações gerais dos serviços de programas generalistas. A RTP1 e a RTP2 apresentaram uma diversidade superior a qualquer outro dos serviços de programas analisados neste relatório, cada uma com 21 géneros identificados na programação neste período horário, ao longo de 2018. Os três géneros mais presentes – *serviços noticiosos*, *concursos* e *transmissões desportivas* – representam juntos 57 % do tempo de programação. Na RTP2, a concentração dos três primeiros géneros é ligeiramente superior – 67 %, que incluem *séries*, *desenhos animados* e *serviços noticiosos*.

Nos serviços de programas SIC, TVI e CMTV, observaram-se resultados críticos no que diz respeito à diversidade em horário nobre, com os três géneros mais exibidos a representar, respetivamente, 91 %, 86 % e 99 % do volume horário total neste horário. Na SIC e TVI, os géneros responsáveis por esta concentração são sobretudo dois, *serviços noticiosos* e *telenovelas*. Na CMTV, são sobretudo *serviços noticiosos* e *comentário desportivo*. Em horário nobre, ao longo do ano, a SIC exibiu 14 géneros, a TVI 15 e a CMTV nove.

Quanto às **funções da programação** exibida, nos dois serviços de programas generalistas do operador de serviço público verifica-se uma distribuição equilibrada entre as duas principais, entreter e informar. Se na RTP1 *entreter* está associado a 56 % do volume horário e informar a 42 %, no caso da RTP2 a primeira representa 51 % e a segunda 36 %. Importa acrescentar que a terceira função mais presente, quanto ao segundo serviço de programas de serviço público, é *formar* – ascendendo a 10 %, uma expressão muito relevante se considerarmos o panorama dos serviços de programas analisados.

Na SIC e na TVI é mais saliente a função *entreter*, representando pelo menos sete em cada dez horas de programação (70 % e 73 % respetivamente); nestes casos, a função *informar* não chega a um terço do volume horário total (30 % e 26 % respetivamente). No caso da CMTV, 81 % do tempo de programação está associado à função *informar* – presente não só em programas classificados no macrogénero *informativo*, mas também noutros, por exemplo, uma parte dos programas temáticos *desportivos*. A leitura deste indicador reforça a conclusão de que as características da programação emitida pela CMTV em 2018 a aproximam mais do perfil de grelha de um serviço de programas temático informativo do que de um serviço de programas generalista. Devido à natureza informativa da RTP3, não surpreende que 96,6 % do total de horas da programação do canal tenham privilegiado a função *informar*.

PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS ANÁLISE DOS SERVIÇOS NOTICIOSOS DE HORÁRIO NOBRE DA RTP1, RTP2, SIC, TVI E CMTV

A análise do pluralismo e diversidade nos serviços noticiosos de horário nobre da RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV é realizada considerando o artigo 7.º, alínea a) dos Estatutos da ERC, que refere como objetivo de regulação:

«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».

Esta análise parte da monitorização da informação diária de horário nobre e baseia-se na análise de conteúdo das peças de **30 edições de cada um dos cinco serviços noticiosos (num total global de 150 edições)**. Essas edições são selecionadas mediante técnicas de amostragem que permite abranger diferentes semanas dos doze meses do ano.

A **diversidade e pluralismo** são avaliados considerando variáveis que pretendem responder às diferentes dimensões que compõem essa diversidade: os principais *temas* cobertos, os *enfoques geográficos* privilegiados nas peças, as suas *fontes* e os *atores* (protagonistas) dessas peças.

Em 2018, a amostra contempla um total de **3577 peças** com a seguinte distribuição:

- “Telejornal”, da RTP1 - 659 peças;
- “Jornal 2”, da RTP2 - 327 peças;
- “Jornal da Noite”, da SIC - 767 peças;
- “Jornal das 8”, da TVI - 862 peças;
- “CM Jornal 20H”, da CMTV - 962 peças.

Os principais resultados demonstram que as **temáticas dominantes** mais frequentes nos blocos noticiosos são três - **política nacional, ordem interna e desporto**, sendo que a exceção é o “Jornal 2” onde a *política internacional* e a *cultura*, junto com a *política nacional*, encontram-se entre os três *temas dominantes*.

Em termos de **diversidade geográfica** observa-se que a maioria das peças dos noticiários cobre acontecimentos ocorridos ou com alcance no território nacional. Apesar de terem sido identificados conteúdos em que sobressaem as diferentes regiões de Portugal, verifica-se que **predomina na cobertura informativa** o que acontece ou é relacionado com a região da **Grande Lisboa** e constata-se, uma vez mais, que as *Regiões Autónomas dos Açores* e a *da Madeira*

surgem num número residual de peças e o *Algarve* e o *Alentejo* são as terceira e quarta zonas menos representadas nestes telejornais.

As peças dos noticiários sobre acontecimentos ocorridos ou referentes ao *território internacional* correspondem a menos de metade das que colocam o enfoque sobre Portugal. Essas peças destacam sobretudo países do *continente europeu* e, em segundo lugar, do *americano*.

No que diz respeito à **diversidade de fontes de informação** explicitadas nas peças analisadas, observa-se que há uma concentração das *fontes* oriundas das áreas da **política nacional, sociedade e ordem interna**, seguidas das provenientes da *comunidade internacional e desporto*. Sendo de notar que essas fontes são distribuídas de forma diferente em cada bloco noticioso analisado. Por exemplo, as *fontes da economia, finanças e negócios* predominam sobre as da *cultura* nos blocos dos operadores privados.

Na vertente da análise que foca a **diversidade dos protagonistas**, constata-se que a generalidade das peças dos telejornais de horário nobre é personalizada e, apesar de haver diversidade, os *atores principais* pertencem essencialmente às áreas da **política nacional, do desporto** (menos no bloco do “Jornal2”) e **da ordem interna**.

Quando se detalha a análise da **diversidade dos protagonistas** representados nas peças considerando a sua **nacionalidade e sexo** observa-se que estes são **sobretudo portugueses do sexo masculino**, sendo que se destacam sobretudo: futebolistas e treinadores, os *envolvidos em processos judiciais, os ministros, o Presidente da República e o Primeiro-Ministro*.

As protagonistas de sexo feminino — nacionais e estrangeiras — continuaram a estar representadas em minoria na amostra de 2018, e são sobretudo integradas nas subcategorias de *vítimas, de secretárias-gerais ou presidentes dos partidos* e de *artistas e outros criadores*.

Os estrangeiros que protagonizam as peças dos telejornais de horário nobre são sobretudo *atletas e técnicos desportivos* a trabalhar em clubes portugueses e europeus; as *vítimas* de terrorismo no Médio Oriente e em França e, entre os *artistas e outros criadores* europeus, predominam os do Reino Unido e os dos EUA.

RIGOR, ISENÇÃO E PROTEÇÃO DE PÚBLICOS SENSÍVEIS NA INFORMAÇÃO TELEVISIVA DIÁRIA DE SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS

O cumprimento dos deveres de **rigor, isenção e proteção de públicos sensíveis são obrigações a** que os serviços de programas generalistas RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV estão legalmente sujeitos (consultar enquadramento legal e deontológico no capítulo correspondente).

A verificação dessas obrigações parte da aplicação, aos noticiários de horário nobre desses cinco canais, da metodologia de análise de conteúdo que a ERC tem vindo a desenvolver desde 2007. É considerado um conjunto de dimensões de análise que decorrem diretamente do enquadramento legal aplicável: 1) Separação entre informação e opinião; 2) Identificação da autoria dos trabalhos jornalísticos apresentados; 3) Atribuição e identificação das fontes de informação; 4) Respeito pelo princípio do contraditório; 5) Objetividade jornalística; 6) Respeito pela presunção de inocência; 7) Proteção da identidade das vítimas/pessoas em situação de vulnerabilidade.

Os resultados apurados decorrem do visionamento das **30 edições emitidas em 2018 por cada um dos serviços noticiosos (um total de 150 edições)** que serviram de base à verificação das obrigações de pluralismo e diversidade.

Em termos de resultados, importa que notar que foram visionadas e analisadas:

- **659 peças** do “Telejornal” da RTP1
- **327 peças** do “Jornal 2” da RTP2
- **767 peças** do “Jornal da Noite” da SIC
- **862 peças** do “Jornal das 8” da TVI
- **962 peças** do “CM Jornal 20H” da CMTV

Quanto à dimensão que avalia o rigor informativo a partir da verificação da **separação entre informação e opinião**, constatou-se como característica comum a todos os noticiários analisados que tendencialmente os espaços de comentário são inseridos nos alinhamentos devidamente demarcados como opinião, sendo atribuídos a personalidades que os operadores apresentam como comentadores.

Ainda na análise desta dimensão, mas considerando a vertente que verifica se os conteúdos da responsabilidade dos operadores tiveram ou não marcas de subjetividade e opinião por parte de quem os construiu, observou-se que em aproximadamente 90% dos conteúdos emitidos pelos cinco noticiários não se identifica qualquer *elemento opinativo no discurso do operador* suscetível de comprometer o rigor da informação.

No que diz respeito à **identificação da autoria dos trabalhos jornalísticos** verificaram-se práticas distintas. Nos canais do serviço público – RTP1 e RTP2 – sobressai que a grande maioria das peças emitidas tende a explicitar a sua autoria, prática também identificada em 64% das peças da CMTV. Já no “Jornal das 8” da TVI foi explicitada em pouco mais de metade dos conteúdos. No “Jornal da Noite” da SIC apenas 22% das peças foram “assinadas”.

No que diz respeito à **atribuição e identificação das fontes de informação** sobressai, como tendência dominante, comum aos noticiários da RTP1, RTP2, SIC e TVI, que 90% (ou mais) das peças têm *informação atribuída* (isto é, identificaram pelo menos, uma fonte de informação). No caso da CMTV isso verificou-se em 78% das peças.

No entanto, quando analisado o **nível de atribuição da origem da informação**, constata-se que entre 30% a 40% dos casos essa atribuição **foi parcial**, o que significa que apenas parte das fontes de informação foram identificadas/explicitadas.

Quanto ao respeito pelo princípio do contraditório constatou-se que na maior parte (entre 75% a 84%) das peças dos cinco blocos informativos os assuntos noticiados não exigem o cumprimento do *princípio do contraditório*, sendo que nos casos em que é exigido tendeu a ser respeitado.

Considerando o respeito pela **objetividade jornalística**, nomeadamente a verificação da existência de **elementos sensacionalistas**, observou-se que a RTP2 registou o total mais baixo (oito elementos desta natureza), e, por outro, a CMTV o total superior (429).

O **respeito pela presunção de inocência** foi assegurado na maioria dos casos. Ainda assim, há a assinalar o facto de no noticiário da CMTV terem sido identificadas 60 peças em que não foi assegurado. No caso da TVI isso aconteceu em 11 peças, em dez da SIC, duas da RTP1 e uma da RTP2.

Quanto à **proteção das vítimas** foram contabilizadas 12 peças com *identificação de vítimas* em que se considera que a sua vulnerabilidade é explorada.

As peças com **elementos violentos** que podem **suscetibilizar públicos mais sensíveis** são em número marginal no conjunto dos noticiários. Estes casos são tendencialmente inferiores a cinco peças, com a exceção da CMTV em que se identificaram 20 peças com esses elementos.

A ERC irá disponibilizar no sítio eletrónico **uma versão detalhada dos resultados apresentados no presente relatório**.

ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

A ERC analisou regularmente o anúncio da programação nos serviços de programas generalistas nacionais RTP1, RTP2, SIC e TVI durante 2018, recorrendo a uma amostra correspondente a uma semana/mês, tendo-se registado um total de 61 situações de alteração da programação ao longo do período analisado, com o maior número de casos de alterações à programação a verificar-se na RTP2 (29) e o menor número de casos a verificar-se na TVI (7).

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.

Analisada a distribuição por mês do total dos casos identificados no cômputo global dos quatro serviços regularmente analisados, verificou-se que o mês com maior incidência de ocorrências foi agosto (29); os meses de janeiro e novembro não registaram quaisquer ocorrências.

Por sua vez, a maioria das 61 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.

Através da comparação com os dados recolhidos ao longo do último triénio (2016/-2018), pôde concluir-se por uma evolução bastante positiva, tendo-se registado, em 2018, menos 82 situações irregulares do que as registadas em 2016 e menos 51 do que as registadas em 2017.

Durante 2018, foram ainda analisados, por amostragem aleatória de uma semana a um mês, os serviços de programas temáticos SPORT TV ÁFRICA1 (temático de desporto, de acesso condicionado e âmbito internacional, do operador SPORT TV PORTUGAL, S.A.), SPORT TV3 (temático de desporto, de acesso condicionado e âmbito nacional, do operador SPORT TV PORTUGAL, S.A.), BTV1 (temático de desporto, de acesso condicionado e âmbito nacional, do operador Benfica TV, S.A.), SIC CARAS, temático de entretenimento, «com especial enfoque em assuntos relacionados com celebridades», de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional, do operador SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.), TVC3 (temático de cinema, de acesso condicionado e âmbito nacional, do

operador NOS PUB, Publicidade e Conteúdos, S.A.), TVI24 (temático de informação, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional, do operador TVI - Televisão Independente de Portugal, S.A.) e MTV Portugal (temático de música, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional, do operador MTV NETWORKS, Lda.).

Todas as análises ao anúncio da programação destes serviços foram realizadas através da abertura de processos autónomos de fiscalização, sendo um dos objetos a verificação do cumprimento das normas vertidas no art.º 29.º, n.ºs 1 e 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido. A ERC arquivou todos os procedimentos, no que respeita ao “anúncio da programação”, por considerar que a grande maioria das situações detetadas se pôde justificar ao abrigo das exceções do artigo 29.º da LTSAP, designadamente no que respeita aos serviços de programas cuja própria natureza assim o determina – temáticos de desporto e informação – por terem por base uma emissão sustentada pela atualidade, seja na transmissão de eventos desportivos e/ou na necessidade de cobertura informativa de ocorrências imprevistas.

Em 2018, não foram abertos processos contraordenacionais com base nas análises efetuadas ao “anúncio da programação”. 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 a esta matéria, com o objetivo último de minorar as implicações efetivas na sua programação.

PUBLICIDADE TELEVISIVA

No que respeita ao cumprimento das normas previstas na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, em matéria de tempo reservado à publicidade, previsto no artigo 40.º, n.º 1, verificaram-se algumas situações de incumprimento que culminaram na abertura de procedimento contraordenacional.

Em 2018, o Conselho Regulador da ERC propôs a abertura de três processos de contraordenação, dois deles relativos ao serviço de programas SIC e outro contra o serviço temático BTV1.

O tempo de mensagens que preenche os intervalos nos serviços de programas generalistas, RTP1, SIC e TVI, é, na maior parte, ocupado com autopromoções.

Foram registadas situações pontuais de inobservância na identificação das figuras do patrocínio, colocação de produto e ajuda à produção, tendo os operadores sido sensibilizados para o estrito cumprimento das normas constantes da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

ACESSIBILIDADE DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS POR PESSOAS COM NECESSIDADES ESPECIAIS

O Plano Plurianual, aprovado pela Deliberação ERC72016/260 (OUT-TV), de 30 de novembro, no período anual em análise, de 2018, definiu 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, nas semanas 25 e 50, na RTP1.

No que respeita à língua gestual portuguesa, o serviço de programas RTP2 situou-se aquém do estipulado nas semanas 30, 32 e 37.

Na acessibilidade referente à audiodescrição, os serviços de programas televisivos do operador público, RTP1 e RTP2, atingiram os objetivos anuais fixados no Plano Plurianual.

O serviço de programas temático de acesso não condicionado com assinatura vocacionado para a área informativa, RTP3, cumpriu o Plano Plurianual na totalidade das semanas analisadas.

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, quer a SIC quer a TVI ultrapassaram as obrigações previstas em matéria de legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, língua gestual portuguesa e audiodescrição.

Ainda referente à acessibilidade de língua gestual portuguesa, no período analisado, os serviços de programas generalistas, CMTV e Porto Canal, e o temático de acesso não condicionado com assinatura, TVI24, cumpriram, em todas as semanas da amostra, os tempos estipulados. Já a SIC Notícias situou-se ligeiramente aquém das 3 horas nas semanas 37 e 42.

Regista-se que 2018 foi um ano de maior estabilização no cumprimento do Plano Plurianual, à exceção das ocorrências identificadas na RTP1 e na RTP2.

Mais se refere que o não cumprimento da legendagem para surdos, na RTP1, foi justificado pelo operador RTP, atendendo às especificidades da programação daquelas semanas, que conduziu à não exibição de horas de programação capazes de suprir as obrigações do Plano, pelo que foram relevadas no âmbito do processo administrativo.

Na RTP2, o não cumprimento registado em matéria de língua gestual portuguesa culminou na proposta de abertura de um processo contraordenacional contra o operador RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A., com sequência em 2019.

NÍVEIS DE VOLUME SONORO NAS EMISSÕES DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

Analisadas as medições dos valores sonoros registados na programação, publicidade e autopromoção, nos dias selecionados relativamente aos serviços de programas dos serviços generalistas, RTP, SIC e TVI, estes registaram níveis de volume de som adequados (-23 LUFS, ± 1 LU).

Os serviços temáticos religiosos, Angelus TV e Kuriakus TV, não registaram oscilações entre a programação, publicidade e autopromoção, níveis (-23 LUFS, ± 1 LU).

De referir que o serviço temático religioso, TV Canção Nova, encontrava-se com nível de volume sonoro alto, em alguns dos programas (abaixo dos -23LUFS), não se registando grandes oscilações de volume de som na publicidade e nas autopromoções, níveis (-23 LUFS, ± 1 LU).

Os serviços temáticos de cinema, Hollywood e TVC1, apresentaram níveis de volume de som adequados (-23,0 LUFS e -22 LUFS). O Cinemundo apresentou níveis de volume de som alto (abaixo -23LUFS). O operador foi notificado, tendo assumido estas desconformidades, com base em fatores externos, comprometendo-se à regularização das emissões

de acordo com a Diretiva 2016/1. Em setembro de 2018, foram novamente medidos os níveis de volume de som, não se registando quaisquer flutuações entre os programas, blocos publicitários e autopromoções.

Os serviços temáticos desportivos, SPORT TV1, BTV1, Sporting TV, não registaram oscilações significativas (-23 LUFS, ± 1 LU).

Os serviços temáticos infantis, Canal Panda, Biggs e SIC K, também não registaram oscilações (-23 LUFS, ± 1 LU).

Em 2018, foram medidos pela ERC os níveis do volume sonoro de 16 (dezasseis) serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional, não se tendo registado grandes flutuações, entre os programas, os blocos publicitários e as autopromoções. Deste modo, os níveis de sensação de intensidade auditiva consideram-se, na generalidade, adequados (-23 LUFS, ± 1 LU).

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

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 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.

Em 2018, a tendência de cumprimento da exibição de programas originariamente em língua portuguesa aproximou-se à registada em 2017. Assim, no operador de serviço público, apenas a RTP2 não garantiu o cumprimento dos 50 %.

Relativamente aos demais serviços de programas, continuam a registar-se percentagens bastante baixas nos serviços de programas temáticos de cinema e infantis/juvenis, o que reverte numa franja bastante residual de obras criativas em língua portuguesa.

Outros serviços que dada a sua natureza temática incluem uma percentagem diminuta de obras criativas em língua portuguesa são os serviços de informação.

Assinala-se ainda a inexistência de obras criativas em língua portuguesa no serviço de programas CMTV que, dada a sua natureza generalista, deverá incluir nas emissões programação dos géneros subsumíveis naquele conceito.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: PRODUÇÃO EUROPEIA E INDEPENDENTE

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.

Em 2018, dos 48 serviços de programas avaliados, 34 incorporaram uma percentagem maioritária de obras de produção europeia. De salientar que os restantes não atingiram esta percentagem, em grande parte, pela natureza específica dos serviços temáticos, de acordo com o previsto no artigo 47.º da LTSAP. Todavia tal não os isenta do cumprimento das obrigações supra.

O mesmo se aplica nas obrigações de produção independente recente, cuja quota de 10 % não se encontra refletida em 17 serviços de programas, nomeadamente os temáticos de cinema e séries, pois a programação é predominantemente de origem norte-americana.

De assinalar a inexistência de programação de produção europeia independente nos últimos cinco anos no serviço de programas infantil/juvenil Biggs. Assim, e embora se atenda à temática dos serviços de programas, conforme autorizado nos seus projetos de autorização, tal não infirma que seja exibida produção europeia recente.

Relativamente à quota de 5 % a preencher, pelos serviços de programas generalistas, pela difusão de obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, 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 mais de metade da totalidade de produção independente recente, 55,7 %.

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.

Já no que se refere à incorporação de obras de produção europeia nos catálogos dos serviços audiovisuais a pedido, verifica-se que, à exceção da MEO, com 14,4 % de títulos de obras europeias, os restantes serviços VoD ultrapassaram os 30 % de integração.

O MERCADO AUDIOVISUAL PORTUGUÊS

O mercado de conteúdos audiovisuais tem vindo a reforçar posições por força das estratégias de inovação que alteram, lentamente, os modelos de negócio tradicionais.

Não obstante, os empresários do setor têm vindo a perceber que será necessário implementar modelos de inovação, quer nos produtos, quer nos formatos, propiciados pelos serviços de internet e plataformas existentes.

Assim, as novas tecnologias de produção são coadjuvantes neste processo de mudança que tem sido alcançada através de processos de fusão ou aquisição vertical.

Entre ecrãs e com uma visão mais customizada de consumo, os utilizadores dispõem de uma panóplia de conteúdos que podem ver em tempo real ou conforme as suas necessidades.

No âmbito dos serviços de programas lineares, o mercado do audiovisual em Portugal tem sofrido nos últimos anos algumas alterações, motivadas pela entrada de cada vez mais agentes económicos no setor. 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. Assim, pretende-se dar uma abrangência sobre o papel da produção nacional e independente na programação dos principais serviços de programas generalistas, em sinal aberto (RTP1, RTP2, SIC e TVI). Traça-se ainda uma retrospectiva das produções que são emitidas nos serviços de programas generalistas e temáticos infantis/juvenis (Canal Panda, Biggs e SICK), em 2018.

Integram as análises constantes neste capítulo 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 sectoriais, programação cinematográfica e infantil-juvenil são feitas sobre os tempos das primeiras exibições.

Os dados apresentados neste relatório têm como fontes o portal de televisão da ERC, dados fornecidos pelos operadores de televisão e o YUMI, da Mediamonitor.

O levantamento dos indicadores e consequente análise tiveram por base os seguintes pontos:

- Inovação disruptiva no mercado global;
- Autorizações, renovações e revogações de serviços de programas televisivos;
- Programas de 1.^a 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.

VOLUME I
ATIVIDADE REGULATÓRIA



A ERC EM 2018 – NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

1. VISÃO GLOBAL

Em 2018, os serviços da Entidade Reguladora para a Comunicação Social registaram 8459 entradas, entre comunicações, convites, participações, pedidos de informação ou de esclarecimento. Na sequência destas entradas, e por iniciativa do próprio regulador, foram abertos na ERC 1258 processos.

A Entidade pronunciou-se, sob a forma de deliberação, em 264 desses casos, tendo nas restantes situações proferido um esclarecimento sob a forma de informação ou comunicado a decisão de arquivamento às partes.

No ano em apreciação, o Conselho Regulador da Entidade reuniu de forma ordinária por 56 ocasiões.

Em baixo, sintetizam-se os números mais relevantes sobre a atividade da ERC em 2018:



264 Deliberações



56 Reuniões do Conselho Regulador



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

E ainda:



8459 Entradas



1258 Processos abertos



76 Recursos humanos



2492,60 Euros investidos em estudos/pareceres realizados por entidades externas (universidades e outras entidades especializadas)

Publicações:

- Relatório de Regulação 2017;
- Relatório de Atividades e Contas 2017;
- Relatório de Acompanhamento da Observância do Princípio do Pluralismo Político – Informação Televisiva Diária e Não-Diária, RTP1, RTP2, SIC, TVI, RTP3, RTP Açores e RTP Madeira - 2017;
- Estudo “*Boom Digital? Crianças (3-8 anos) e Ecrãs*”;
- Estudo sobre “Qualidade da Legendagem para Surdos nos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre”;
- Estudo “Representações da Violência Doméstica nos Telejornais de Horário Nobre”;
- Relatório sobre representação de homens e mulheres nos blocos informativos de sinal aberto (anos 2015,2016,2017);
- Guia de Boas Práticas para Legendagem para Surdos nos programas de televisão gravados.



8

DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR

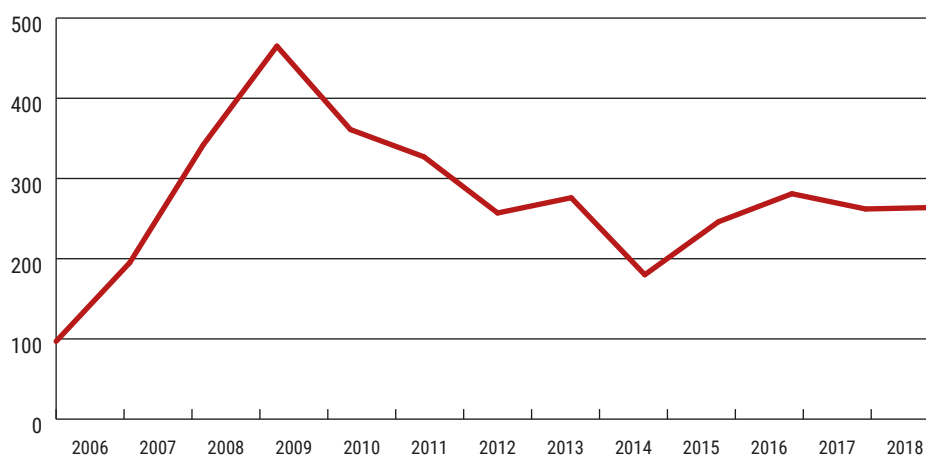
1. VISÃO GLOBAL

O exercício de 2018 corresponde ao 12.º ano de atividade da Entidade Reguladora para a Comunicação Social. Desde que entrou em funções, a ERC adotou 3550 decisões sob a forma de Deliberação, tendo nas restantes situações optado por emitir uma resposta ou esclarecimento, sob a forma de informação, ou por subscrever uma comunicação de decisão de arquivamento.

O Conselho Regulador da ERC é o órgão colegial responsável pela definição e implementação da atividade reguladora da ERC e é a este que compete a adoção das deliberações, após proposta dos serviços da Entidade. As deliberações são tomadas por maioria, exigindo-se em qualquer caso o voto favorável de três elementos, dos cinco que compõem o Conselho Regulador.

As Deliberações constituem, assim, por excelência, a marca da regulação da ERC e são o único documento que a Entidade divulga publicamente com detalhes dos casos que analisa e sentido das decisões que toma. Recorde-se que em cumprimento dos seus Estatutos, a ERC divulga no seu sítio eletrónico, após o término das reuniões do Conselho, uma síntese do sentido das deliberações aprovadas. Quando considera que as partes interessadas em cada caso já foram devidamente notificadas por correio, protocolo ou *e-mail*, a ERC disponibiliza também nesse endereço o acesso ao texto integral das deliberações.

Fig.1 – Evolução das deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador (2006 a 2018)



As deliberações encontram-se organizadas segundo as seguintes categorias temáticas de intervenção: Autorizações, Classificações, Conteúdos jornalísticos e rigor informativo, Conteúdos programáticos, Direito de resposta e de retificação, Direitos dos jornalistas, Licenças, Obrigações de programação, Outros, Pareceres, Pluralismo, Publicidade, Registo dos Órgãos de Comunicação Social e Sondagens.

No ano em apreciação, a maior fatia das deliberações adotadas disse respeito a situações verificadas nos serviços de programas televisivos, tal como já ocorrera nos anos anteriores. Estas incidiram sobretudo sobre o teor dos conteúdos programáticos e jornalísticos emitidos, a concessão de autorizações para o exercício da atividade de televisão e o respeito pelo dever de pluralismo.

2. A ATIVIDADE DELIBERATIVA EM NÚMEROS

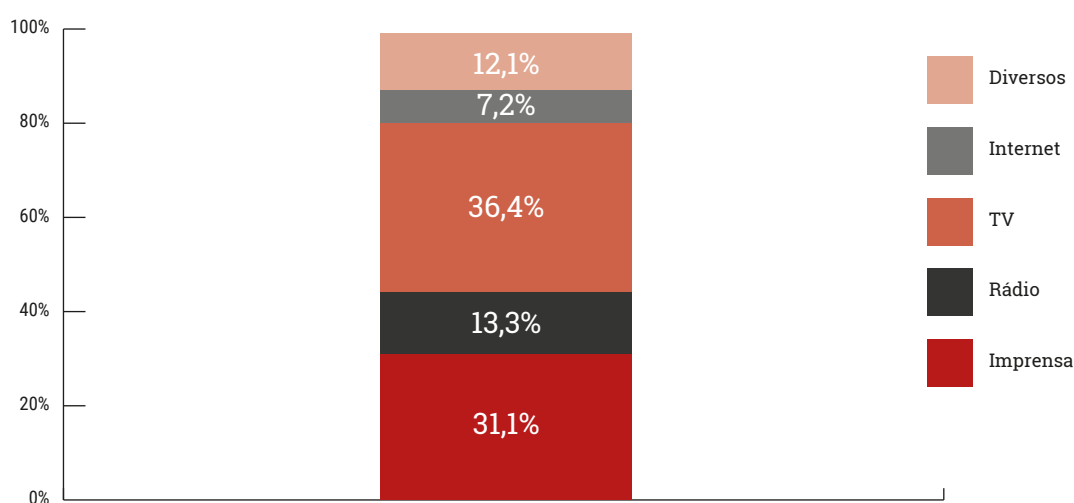
Em 2018, 36,36 % das pronúncias da Entidade, sob a forma de deliberação, visaram serviços de programas televisivos e incidiram sobretudo sobre o teor dos conteúdos emitidos. O programa de televisão “*Supernanny*”, emitido pela SIC, foi o que registou o maior número de participações junto da ERC, no ano em análise.

Recorde-se que a Entidade, por despacho do Presidente, de 15 de janeiro de 2018, iniciou um procedimento oficioso contra a edição de 14 de janeiro do citado programa, que teve também em conta as 292 participações apresentadas na ERC por cidadãos denunciando a exposição pública de uma menor de idade (7 anos) no contexto de um programa de televisão do género “*reality show*”, cujo mote consistia precisamente na avaliação psicológica dos comportamentos problemáticos de uma criança em contexto familiar e na demonstração da forma mais adequada de lhes dar resposta.

Este procedimento foi concluído pela ERC, a 8 de maio de 2018, com a decisão de recomendar à SIC que em futuros programas envolvendo a representação de menores, ao obter o consentimento parental ou tutelar para a participação de menores em programas televisivos, descreva de forma detalhada e compreensível o teor de tais programas e os riscos, físicos, psíquicos e sociais associados, facultando de igual modo a informação de que tal consentimento é, nos termos da lei, a todo o tempo revogável. Igualmente, que assegure, em qualquer circunstância, que a exposição mediática das crianças preserve os aspetos invioláveis da sua intimidade e não se centra nos seus comportamentos problemáticos. Recomendou-se também que promova a informação, antes e após a exibição de cada programa, de que os processos pedagógicos propugnados não constituem método universal para as situações de conflitualidade familiar, sensibilizando os espectadores para diferentes formas de abordar o processo educativo e salientando a necessidade de recorrer ao acompanhamento especializado adaptado a cada caso.

Em matéria de televisão, realçam-se também, em 2018, as Deliberações referentes à avaliação intercalar da autorização dos serviços de programas A Bola TV, CMTV, Localvisão TV, RTV, TVI Ficção e ZAP Viva. Recorde-se que cabe ao Regulador verificar o grau de cumprimento dos fins genéricos e específicos da atividade dos operadores de televisão, bem como das obrigações fixadas nas respetivas licenças ou autorizações que lhes são atribuídas. Em 2018, a ERC renovou a autorização para o exercício da atividade de televisão através dos serviços de programas TVCine2, TVCine1 e extinguiu a autorização para o serviço de programas TV Fátima.

Fig.2 – Distribuição das Deliberações por tipo de suporte do OCS (Ano 2018).



Em 2018, as situações verificadas nas publicações escritas representaram 31,06 % das deliberações adotadas pela ERC. Questões como o exercício do Direito de Resposta e de Retificação, a natureza dos conteúdos jornalísticos publicados, o dever jornalístico de informar com rigor e o respeito pelo dever de pluralismo foram as matérias mais apreciadas.

Em matéria de rádio, foram 35 (13,26 % do total) as deliberações aprovadas, essencialmente respeitantes aos pareceres dados pela ERC face a pedidos de transmissão de mensagens no sistema RDS através da utilização da aplicação radiotexto (RT) submetidos à ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações por diferentes operadores radiofónicos. Recorde-se que a ERC tem competência para a fiscalização da utilização do sistema RDS e deve aferir se as mensagens a transmitir através de radiotexto atentam contra a dignidade da pessoa humana ou são contrárias à lei.

No decurso de 2018, foram também significativas as deliberações aprovadas referentes a alterações de domínio dos operadores, de denominação, de classificação quanto ao conteúdo da programação e de modificação do projeto aprovado.

No ano em questão, as deliberações que incidiram sobre órgãos de comunicação social que utilizam suportes distintos representaram 12,12 % do total. As deliberações apenas referentes à área da Internet representaram 7,20 %. Destas, sobressai a Deliberação ERC/2018/230 (CONTJOR-NET), referente a participações apresentadas contra a edição *online* do Correio da Manhã pela publicação de imagens violentas na notícia “Violador e homicida de menina morto a tiro em público”.

Face aos factos apurados, a ERC considerou que o Correio da Manhã *online* deveria ter zelado por evitar a divulgação de imagens ilustrativas de um ato chocante como a execução em praça pública de um homem, autodisciplinando-se numa perspetiva deontológica, ao mesmo tempo que salvaguardava o respeito pelos limites explanados no artigo 3.º da Lei de Imprensa, designadamente o respeito pela dignidade da pessoa humana num momento particularmente delicado como é o da morte. A ERC deliberou assim exortar o Correio da Manhã ao cumprimento escrupuloso dos deveres legais e deontológicos inerentes à atividade jornalística e instá-lo a remover definitivamente os conteúdos em causa de todas as plataformas sob a sua responsabilidade editorial.

Fig. 3 – Agregado das deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador em 2018.

	Imprensa	Rádio	TV	Internet	Diversos	Total
Autorizações	0	9	12	0	0	21
Conteúdos	41	3	46	14	4	108
Proc. Contraordenacionais	3	2	6	0	1	12
Direito de Resposta	20	3	6	2	1	32
Direito dos Jornalistas	0	0	0	0	9	9
Licenças	0	1	0	0	0	1
Obrigações de Programação	0	0	1	0	0	1
Pareceres	0	14	7	0	8	29
Pluralismo	11	3	8	2	0	24
Registos	2	0	0	1	0	3
Publicidade	0	0	5	0	0	5
Sondagens	1	0	1	0	5	7
Transparência	0	0	0	0	1	1
Outros	4	0	4	0	3	11
Total	82	35	96	19	32	264

Neste período sobressaem também as decisões tomadas por parte da ERC, no que respeita a processos contraordenacionais abertos contra empresas detentoras de meios de comunicação social.

No seguimento de seis dos 12 processos abertos, foi deliberada, em 2018, a aplicação de coimas, no valor global de 87 493,99 euros, nos termos das seguintes deliberações: Deliberação ERC/2018/155 (OUT-I-PC), Deliberação ERC/2018/165 (AUT-R-PC), Deliberação ERC/2018/178 (AUT-R-PC), Deliberação ERC/2018/199 (PUB-TV-PC), Deliberação ERC/2018/221 (AUT-TV-PC) e Deliberação ERC/2018/231 (DR-I-PC).

Recorde-se que a ERC, no âmbito da sua atividade, aplica coimas sujeitas ao regime jurídico aprovado pelo DL 433/82, de 27 de outubro.

Nos restantes seis processos contraordenacionais que conduziu, a ERC concluiu pela aplicação de penas de admoestação ou com a decisão de arquivamento.

Na atividade deliberativa do regulador, continuou também a sobressair a pronúncia sobre a emissão de pareceres prévios a solicitações dirigidas pela ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações e sobre iniciativas legislativas relativas à esfera de atribuições da ERC, que obrigatoriamente lhe são submetidas pela Assembleia da República ou pelo Governo.

As matérias mais relevantes sobre as quais a ERC emitiu pareceres prenderam-se com a reorganização da equipa da Direção de Informação de Televisão da RTP, com as nomeações para a Direção de Informação da Lusa, com o projeto de despacho relativo à lista dos acontecimentos que devem ser qualificados de interesse generalizado do público em 2019 e com o pedido de pronúncia sobre Projeto de Lei n.º 893/XIII (3.ª) (BE) - Designando espetáculos tauromáquicos como suscetíveis de influírem negativamente na formação da personalidade de crianças e adolescente.

A ERC concluiu o ano 2018 com 264 deliberações adotadas.

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO INICIADAS OU FINALIZADAS EM 2018

1. VISÃO GLOBAL

A regulação da comunicação social assenta numa forte componente de direitos, liberdades e garantias fundamentais, tanto dos cidadãos como dos órgãos de comunicação social e desse modo envolve uma geometria complexa e socialmente abrangente.

Entre as atribuições que se encontram sob a alçada da ERC, consta o assegurar o respeito pelos direitos e deveres constitucional e legalmente consagrados, como a liberdade de imprensa, o direito à informação, a independência face aos poderes político e económico e o confronto das diversas correntes de opinião, através da monitorização do cumprimento das normas aplicáveis aos órgãos de comunicação social e conteúdos difundidos e promoção do regular e eficaz funcionamento do mercado em que se inserem.

A ERC figura assim como um dos garantes do respeito e proteção do público (em particular o mais jovem e sensível), dos direitos, liberdades e garantias pessoais e do rigor, isenção e transparência na área da comunicação social.

Em baixo, enumeram-se as principais ações que a ERC conduziu no decurso de 2018, em matéria de regulação e supervisão.

ERC prossegue ações de literacia mediática junto dos cidadãos

A ERC continuou a desenvolver, em 2018, em diferentes estabelecimentos de ensino do Distrito de Lisboa e na Hemeroteca Municipal de Lisboa, algumas das suas ações de promoção da literacia mediática. Nestes encontros, a ERC comprometeu-se a trabalhar a descodificação da informação televisiva, a sinalética na programação, as mensagens publicitárias nos conteúdos televisivos, a desconstrução dos *reality shows* e a literacia e *media* digitais.

O principal propósito destas ações é fomentar o diálogo, o debate e o pensamento livre e crítico em torno de temas que são centrais à atividade de regulação, aos *media*, e à vida dos cidadãos. Estas ações de sensibilização/consciencialização foram conduzidas por quadros do Departamento de Análise de *Media*, Núcleo de Biblioteca e Documentação e Unidade de Supervisão da ERC e ocorreram no âmbito do protocolo de cooperação que une a ERC à associação Empresários pela Inclusão Social (EPIS) e no quadro da colaboração com o plano de aprendizagem não formal da Hemeroteca Municipal de Lisboa.

Recorde-se a atenção que a ERC tem vindo a conferir, já há vários anos, à vertente da Literacia Mediática, através da criação de programas próprios de ações de sensibilização junto de Escolas e Bibliotecas, e da participação em discussões sobre o tema no quadro de plataformas internacionais de reguladores. Esta é uma vertente que a ERC encara com sentido de militância e que pretende interagir nesse domínio não só junto da sociedade civil, mas também juntos dos seus regulados.

ERC publica estudo “*Boom Digital? Crianças (3-8 anos) e Ecrãs*”

A produção editorial da ERC saiu também reforçada no ano 2018. Em concreto, com a publicação, no dia 6 de fevereiro, do e-book “*Boom Digital? Crianças (3-8 anos) e Ecrãs*” que agrega reflexões de especialistas e de profissionais nacionais e internacionais sobre o modo como as crianças mais novas estão a crescer em contacto com a tecnologia digital, os usos que fazem dos ecrãs, as competências e literacias que vão adquirindo, as situações de dano que podem experimentar e os modos como as famílias intervêm nessa socialização digital.

Este estudo constitui mais um contributo no âmbito da terceira edição do projeto da ERC “Públicos e Consumos de *Media*”, desenvolvida em parceria com uma equipa de investigadores da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, coordenada pela professora Cristina Ponte, e sucede à publicação “Crescendo entre Ecrãs. Usos de Meios Eletrónicos por Crianças (3-8 Anos)” (ERC, fevereiro de 2017).

O estudo “*Boom Digital? Crianças (3-8 anos) e Ecrãs*” está dividido em sete capítulos: O primeiro, da autoria de Ana Nunes de Almeida e Vasco Ramos (Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa), intitula-se “As crianças nas famílias em Portugal” e aponta o lugar das crianças na sociedade portuguesa contemporânea. O segundo, da autoria de Cristina Ponte, José Alberto Simões, Susana Batista, Teresa Sofia Castro e Ana Jorge (CICS.NOVA, da FCSH-UNL), tem por título “Educando entre ecrãs” e articula os resultados do trabalho de campo com os de estudos anteriores, junto de famílias de crianças mais velhas. O terceiro, da autoria de Maria João Leote de Carvalho (CICS.NOVA, da FCSH-UNL), intitula-se “Crianças e meios eletrónicos em territórios socialmente desfavorecidos: um olhar sobre (outros) mundos da infância” e apresenta um olhar etnográfico sobre esses territórios a partir das vozes de crianças e suas mães e avós, onde se descobre a vontade de integração social pelo acesso e uso de meios digitais. O quarto, da autoria de Andrea Basílio (RTP), intitula-se “Como o Zig Zag mantém o seu espírito na onda da convergência” e apresenta os desafios que se colocam à programação do serviço público de televisão para estas idades. O quinto, da autoria de Nelson Zagalo (Universidade do Minho), tem como título “Jogos digitais na infância” e chama a atenção para fatores psicológicos que dão sentido ao fascínio das crianças pelo ato de jogar, em geral, e para diferenças entre géneros de jogos. Os dois capítulos finais (“Conselhos para diferentes tipos de pais sobre usos de meios digitais” e “Intervenção parental sobre os usos dos *media* por crianças mais novas: o olhar da Holanda”) trazem contributos de investigadores europeus sobre estas temáticas e idades, privilegiando as dinâmicas das famílias e considerando as suas diferenças e necessidades de aconselhamento. Os seus autores são Bieke Zaman, Sofie Vandoninck e Marije Nouwen (Universidade Católica de Lovaina, Bélgica) e Peter Nikken (Universidade Erasmus de Roterdão, Holanda).

A ERC relembra que disponibiliza as bases de dados de todos os inquéritos “Públicos e Consumos de *Media*”, de forma gratuita, à comunidade académica e centros de investigação interessados.

ERC produz Guia de Boas Práticas para a cobertura informativa de incêndios florestais e outras calamidades

O artigo n.º 63 dos Estatutos da ERC prevê que o Conselho Regulador, oficiosamente ou a requerimento de um interessado, possa adotar diretivas genéricas destinadas a incentivar padrões de boas práticas no setor da comunicação social.

Tendo presente a possibilidade deste procedimento, o Conselho Regulador aprovou, no dia 18 de julho de 2018, um conjunto de normas orientadoras para incentivarem padrões de boas práticas por parte dos órgãos de comunicação social, sob jurisdição portuguesa, na cobertura de incêndios florestais e outras calamidades.

O documento produzido sublinha o papel dos *media* no alerta e informação ao público e recorda que as práticas jornalísticas adotadas neste tipo de circunstâncias se devem pautar por um tratamento informativo rigoroso e isento, garantindo o cumprimento das normas ético-legais próprias da atividade jornalística e o respeito pelos direitos fundamentais dos visados.

Recorde-se que a cobertura jornalística de incêndios florestais e outras calamidades em programas de informação e/ou espaços de opinião na imprensa, rádio, televisão e internet tem constituído, ao longo dos 12 anos de existência

da ERC, matéria geradora de participações dos cidadãos e de análise por parte do regulador. O Guia de Boas Práticas apresenta-se assim como uma forma de perspetivar o futuro e recordar princípios e práticas aplicáveis.

ERC publica Relatório sobre representação de homens e mulheres nos noticiários de horário nobre emitidos em sinal aberto

A ERC faz, desde 2006, uma monitorização sistemática dos conteúdos emitidos nos noticiários de horário nobre dos operadores público (RTP1 e RTP2) e privados (SIC e TVI). Entre as variáveis que integram essa monitorização constam as que caracterizam o sexo dos protagonistas das peças contidas nos alinhamentos dos blocos informativos considerados.

No dia 12 de outubro, a ERC publicou no seu sítio eletrónico os dados apurados em 2015, 2016 e 2017, em termos de representação de homens e mulheres nesses blocos informativos. Procurou assim dar resposta a parte dos objetivos contidos na execução da medida 59 do “V Plano Nacional para a Igualdade de Género”, em particular, sobre a diversidade e o pluralismo de atores que protagonizam os noticiários de horário nobre, inserindo-se no âmbito do acordo de colaboração entre a ERC e a Comissão para a Cidadania e Igualdade Género.

Na análise que conduziu, a ERC observou que os três anos considerados mantinham as tendências já identificadas em 2014, permanecendo a preponderância de atores do sexo masculino nos noticiários de horário nobre. Nas amostras consideradas no triénio em análise, verificou-se que os protagonistas homens são os mais representados em qualquer dos serviços noticiosos, com valores acima dos 70 %. Já as mulheres representam apenas um quinto dos atores destacados nas peças analisadas. As notícias protagonizadas por ambos os sexos, categoria que abrange atores da mesma área de proveniência, cujo destaque mediático é partilhado, representam apenas oito por cento da amostra.

ERC subscreve acordo para constituição da Rede Lusófona pela Qualidade da Informação

A ERC, representada pela Vogal Fátima Resende, assinou, no dia 14 de novembro de 2018, o acordo de cooperação para a constituição da Rede Lusófona pela Qualidade da Informação, que reúne entidades representantes da sociedade civil, dos *media*, dos jornalistas e das universidades.

Sob o lema “Pensar global, agir local”, a Rede visa criar espaços de discussão, formação, e produção de conteúdos científicos e cívicos suscetíveis de contribuir para soluções de melhoria da qualidade e credibilidade da informação jornalística, considerada como um bem público. O acordo de cooperação tem a duração de cinco anos e renova-se automaticamente.

ERC divulga estudo “Representações da Violência Doméstica nos telejornais de horário nobre”

A ERC apresentou, no dia 19 de novembro, no âmbito da Conferência “Regulação, *Media* e Igualdade”, o estudo “Representações da Violência Doméstica nos telejornais de horário nobre”, que analisa a informação noticiosa produzida sobre estes conteúdos nos blocos informativos dos operadores de sinal aberto (RTP1, RTP2, SIC e TVI), entre 2013 e 2015.

Este trabalho foi desenvolvido pelo Departamento de Análise de *Media* da ERC e inscreve-se no Plano de Ação do regulador para a Promoção da Igualdade entre Mulheres e Homens e Luta contra os Estereótipos de Género. Através dos resultados e conclusões apurados, procurou-se contribuir para a discussão pública em torno das representações sociais e mediáticas da violência na intimidade e incentivar o compromisso dos meios de comunicação social na prevenção e erradicação da violência doméstica.

Nas 432 peças recolhidas para esta análise, a ERC identificou elementos no tratamento jornalístico da violência doméstica que revelam pouco investimento na problematização deste fenómeno social e rigor informativo, podendo simplificar as representações sobre esta temática.

De facto, 45,6 % das peças suscitam questões de falta de rigor, em virtude da identificação parcial ou da ausência total de referências a fontes de informação. Identifica-se também em mais de metade das peças (52,8 %) algum recurso sensacionalista ou a combinação de vários elementos. Verifica-se ainda que três em cada quatro peças noticiosas (75 %) relatam o ato de violência doméstica como um acontecimento isolado, estando ausentes as referências a causas estruturais e sociais da violência e suas consequências, nas diversas dimensões.

A análise da ERC apurou também que na cobertura informativa sobressai a forma mais trágica do fenómeno, os homicídios (79,7 %), revelando a prevalência do valor-notícia crime. Outras formas de violência, como as agressões físicas, verbais e psicológicas - que estão entre as mais registadas pelos organismos competentes -, apresentam valores consideravelmente menores nas notícias.

Em 41,7 % das notícias analisadas, verifica-se a presença de motivos para a ocorrência do crime ou a tentativa de os aferir, em particular quando se trata do relato de acontecimentos criminais sem a devida contextualização da informação. Nestas peças destacam-se as referências ao fim da relação e à relação conflituosa, representando cerca de 65 % dos motivos invocados.

A análise da ERC identificou três categorias de fontes de informação que dominam a cobertura do crime de violência doméstica: os cidadãos comuns, os vizinhos e as testemunhas (*vox pop*); seguidas pelas autoridades, especificamente as forças policiais, os bombeiros e os tribunais; e por último as organizações não governamentais e os especialistas.

Face às conclusões do estudo, a ERC sugere nove orientações para serem seguidas pelos operadores de sinal aberto, na cobertura dos crimes de violência doméstica: 1) Investir no enquadramento que informe sobre a realidade da violência doméstica; 2) Não limitar a representação da violência doméstica às situações de homicídio; 3) Contextualizar a notícia de violência doméstica; 4) Destacar o que permita compreender o problema social; 5) Evitar relações de causalidade entre o crime de violência doméstica e as características dos envolvidos; 6) Evitar as referências a possíveis causas que possam justificar a agressão e simplificar o fenómeno social; 7) Diversificar as fontes contribuindo para a formação de uma opinião pública informada; 8) Rejeitar o sensacionalismo nas notícias sobre violência doméstica e 9) Respeitar o direito à reserva da intimidade e da vida privada e a presunção da inocência dos agressores.

ERC divulga Relatório de avaliação da observância do princípio do Pluralismo Político em 2017

Com o objetivo de observar a equitativa e equilibrada expressão das várias correntes de pensamento político nos *media*, a ERC acompanha anualmente a observância do princípio do pluralismo político nos serviços de programas televisivos do serviço público de televisão – RTP1, RTP2, RTP3, RTP Açores e RTP Madeira –, bem como dos operadores privados – SIC e TVI.

A produção deste Relatório anual honra um compromisso assumido com a Assembleia da República Portuguesa, os operadores e os cidadãos e vai também ao encontro das preocupações expressas não só pela legislação portuguesa, mas também pelo trabalho desenvolvido a nível europeu e pelos reguladores congéneres, relativas à garantia do pluralismo político, de modo a assegurar o cumprimento de valores constitucionalmente consagrados e que constituem pilares fundamentais da democracia portuguesa.

Recorde-se também que os Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, atribuem ao Conselho Regulador a competência para «promover o pluralismo cultural e a diversidade de expressão das várias correntes de pensamento (...)» e para garantir «a efetiva expressão e o confronto das diversas correntes de opinião, em respeito pelo princípio do pluralismo e pela linha editorial de cada órgão de comunicação social.»

O Relatório que analisa o Pluralismo na programação emitida, em 2017, foi adotado pelo Conselho Regulador a 3 de dezembro de 2018 e remetido à Assembleia da República e aos serviços de programas analisados, no sentido de sensibilizá-los para os resultados apurados.

A análise incidiu sobre uma amostra de blocos informativos diários de horário nobre e sobre o universo de programas autónomos e informação não-diária (debate, entrevista e comentário).

Refira-se que a avaliação do pluralismo se centra na identificação da presença das formações e/ou dos atores políticos enquanto representantes das diferentes correntes de expressão e opinião. Além dos representantes dos Governos e dos partidos políticos, a análise compreende também a identificação da presença dos diferentes atores e forças sociais que surjam representados na informação televisiva (diária e não-diária) em interação com os atores da esfera político-partidária.

O Relatório encontra-se dividido em três volumes. Um primeiro onde se encontra o resumo dos resultados para aferir o cumprimento do princípio do pluralismo, por parte dos serviços de programas televisivos analisados; um segundo volume, onde se apresentam os dados que permitem contextualizar e compreender os dados apurados no primeiro; e por fim, um terceiro volume, onde se encontram os anexos metodológicos dos anteriores, bem como alguns dados aprofundados e detalhados.

ERC emite Guia de Boas Práticas para Legendagem para surdos nos programas de televisão gravados

O Conselho Regulador emitiu, no dia 3 de dezembro de 2018, um Guia de boas práticas para a Legendagem para Surdos em programas televisivos gravados. Este documento tem presente os pressupostos desenvolvidos no estudo que a ERC conduziu, no último trimestre de 2017, sobre a qualidade da legendagem para surdos e a execução do Plano Plurianual de obrigações que permitem o acompanhamento das emissões por pessoas com necessidades especiais.

Recorde-se que o estudo se baseou numa amostra representativa dos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI, assente nos diferentes géneros de programas com legendagem, em especial aqueles que têm como público-alvo o infantil/juvenil.

Com a emissão deste Guia, a ERC pretende contribuir para a definição de normas genéricas de qualidade e uniformização a utilizar pelos operadores de televisão que permitam melhorar o acompanhamento dos programas pelo público com surdez.

ERC mantém reuniões regulares com entidades estrangeiras congéneres

Em 2018, a ERC continuou a manter contactos e relações de colaboração com entidades congéneres estrangeiras. Nesse âmbito, foi anfitriã da reunião do Grupo de Trabalho Género e *Media*, da Rede de Reguladores do Audiovisual do Mediterrâneo, que decorreu a 23 de fevereiro de 2018. Esta reunião visou a implementação do “Estudo sobre Violência de Género na Informação Televisiva do Mediterrâneo”, a ser levado a cabo em 2018, junto dos 26 membros da Rede,

coordenado pelo Conselho Audiovisual da Catalunha e pela ERC. Para além da ERC, integram este Grupo de Trabalho as entidades reguladoras do audiovisual de Espanha, de Marrocos, de França, da Croácia e da Grécia.

Na senda dos contactos internacionais, refira-se também a participação, no dia 23 de março, na 9.ª Reunião Plenária do Grupo de Reguladores Europeus para os Serviços de *media* Audiovisuais (ERGA), que teve como temas centrais o estado da arte da definição da nova diretiva da UE para os serviços audiovisuais (AVMSD), o combate ao designado “*hate speech*” e os desafios de uma regulação do ecossistema mediático *online*.

A ERC integrou também a 10.ª Reunião Plenária que este Grupo conduziu a 6 de novembro e que analisou as diferentes abordagens regulatórias do pluralismo interno dos *media* na UE, os desafios da desinformação para a regulação e a implementação da revisão da diretiva para os serviços de comunicação social audiovisual.

Recordamos que o ERGA reúne todas as entidades nacionais que regulam os serviços audiovisuais na União Europeia e que tem como principal missão assessorar a Comissão Europeia na discussão estratégica e adoção de posições comuns no âmbito da implementação da Diretiva dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual. Portugal encontra-se representado neste Grupo através da ERC.

No ano em apreciação, sobressai também a presença da ERC, a 15 de maio, em Bruxelas, na 1.ª reunião do Subgrupo de Trabalho “*Internal and External Plurality*” do ERGA. Neste encontro, em que a ERC se fez representar pela Diretora do Departamento de Análise de *media*, discutiu-se o questionário que será aplicado a todos os membros do ERGA, para produzir um relatório com o panorama conjunto dos reguladores europeus, em matéria de pluralismo nos *media*.

A ERC integrou também uma 2.ª reunião deste Subgrupo de Trabalho, a 6 de setembro, na qual os presentes discutiram e comentaram, em termos de forma e de substância, o projeto do referido Relatório, para posterior submissão ao Comité e apreciação em reunião plenária. A ERC esteve representada por Joana Pizarro Bravo, Encarregada de Proteção de Dados, que também assegurou a presença do regulador português, a 7 de setembro, na reunião do Subgrupo 4 da ERGA, sobre Auto e Corregulação. Neste encontro debateu-se o documento “*A framework for effective co-regulation of Video Sharing Platforms*”, que resulta da necessidade de cumprir com os requisitos da nova Diretiva AVMS e de tornar os utilizadores conscientes da existência de um processo de natureza regulatória que visa a sua proteção.

No quadro do ERGA, refira-se também a participação da ERC, no dia 3 de outubro, no *workshop* “*Protecting children in audiovisual media services – the effectiveness of age checking and media literacy*”.

Em 2018, realça-se ainda o facto de o Presidente da ERC e o Chefe de Gabinete do Conselho Regulador terem participado, entre 23 e 25 de maio, na 47.ª reunião plenária da Plataforma Europeia de Entidades Reguladoras (EPRA), que decorreu no Luxemburgo, para discutir o futuro do serviço público, a oferta de conteúdos na era digital, a regulação da comunicação em período eleitoral e os desafios das redes sociais. A ERC, através do Vogal do Conselho Regulador, João Pedro Figueiredo, e do Chefe de Gabinete, Telmo Gonçalves, integrou também a 48.ª reunião plenária da mesma Plataforma que decorreu em outubro, em Bratislava. Tratou-se de um encontro de dois dias que visou debater o serviço público de *media* na era digital, a comunicação política face aos desafios dos *media* sociais, as novas abordagens de autorregulação e corregulação, a importância da literacia mediática no atual panorama mediático e a preparação dos reguladores para a implementação da nova diretiva europeia para os serviços de comunicação social audiovisual.

No dia 28 de junho, a ERC esteve ainda representada pelo Chefe de Gabinete do Conselho Regulador num *workshop* sobre cobertura informativa da crise humanitária dos migrantes e refugiados, promovido em Barcelona, pela Rede de Reguladores do Audiovisual do Mediterrâneo. Este encontro teve como objetivo reforçar a procura de soluções e esforços coletivos para melhorar a representação mediática desta problemática e a divulgação junto dos media das orientações que esta Rede já definira, em novembro de 2016, numa Declaração subscrita pelos seus membros, entre os quais se incluiu a ERC. O *workshop* teve ainda como vocação cívica estimular a tomada de consciência por parte dos cidadãos da responsabilidade social que os *media* têm na construção da opinião pública e perceção sobre temas humanitários centrais para os nossos dias.

No plano internacional, salienta-se ainda a presença da Vogal do Conselho Regulador, Fátima Resende, entre 22 e 23 de setembro, na III Assembleia Geral da Plataforma de Reguladores Ibero-americanos do Setor Audiovisual (PRAI), que decorreu na Cidade do México, e que discutiu matérias como a transição para a TDT e os tratamentos informativos da crise dos refugiados e da violência de género. Nesta reunião, que juntou representantes de mais de 15 países, foram também debatidos a regulação dos novos meios audiovisuais e o tema da acessibilidade de pessoas com necessidades especiais. Na ocasião foi também definido como objetivo geral, para o biénio 2018-2020, a PRAI consolidar-se como uma plataforma que promove a troca de ideias, de conhecimentos e de projetos estratégicos, num ambiente convergente e em constante mudança, e que quer afirmar-se como uma referência global na regulação do setor audiovisual.

Refira-se também que a ERC participou no VII Encontro da PER - Plataforma das Entidades Reguladoras da Comunicação Social dos Países e Territórios de Língua Portuguesa que decorreu, em Luanda, entre 22 e 25 de outubro, sob o tema “ *Media, Género e Regulação*”. A representação da Entidade foi assegurada por Francisco Azevedo e Silva e Fátima Resende, vogais do Conselho Regulador, e por Marta Carvalho, do Departamento Jurídico. Recorde-se que a ERC é a instituição que tem a seu cargo o Secretariado Permanente desta Plataforma.

OS MEDIA DIGITAIS E A DESINFORMAÇÃO

1. VISÃO GLOBAL

Desde 2014 que a linha de intervenção relativa aos *media* digitais, nas suas mais diversas vertentes, tem estado no cerne das preocupações da ERC. De então a esta parte, esta linha de trabalho vem resultando na publicação de diversos documentos relacionados com a regulação dos *media* digitais, de que se apresenta uma resumida cronologia.

2014	Lançamento do estudo “Novos <i>Media</i> - Sobre a redefinição da noção de órgão de comunicação social” e sua colocação em consulta pública.
2014	Diretiva 2/2014 - Utilização jornalística de Conteúdo Gerado pelo Utilizador – carta de princípios ¹⁶
2014	ALMEIDA, Margarida; PEREIRA, Eulália; PUGA, Pedro (2014) “Liberdade de expressão e regulação dos comentários <i>online</i> ”, in Procuradoria-Geral da República (org.) “Informação e liberdade de expressão na internet e a violação de direitos fundamentais”, Lisboa, INCM, 91-104.
2015	Elaboração da versão final e publicação do estudo “Novos <i>Media</i> - Sobre a redefinição da noção de órgão de comunicação social ¹⁷ ”
2016	ERC torna-se membro efetivo do subgrupo “ <i>Protection of Minors</i> ”, do ERGA, que visava trabalhar a proteção de menores relativamente a conteúdos audiovisuais em ambiente digital. O subgrupo produziu o relatório “ <i>Protection of Minors in the Audiovisual Media Services: Trends & Practices (ERGA Report)</i> ”
2017	Workshop ERGA “ <i>Protecting Children in Audiovisual Media Services - Current and Future Measures</i> ” ¹⁸

Em 2018, a ação do regulador no campo dos *media* digitais voltou-se para a vertente da desinformação, refletindo as preocupações das instituições da União Europeia e o amplo debate que atravessou diversos países ocidentais, que teve como marco a eleição do presidente dos EUA, Donald Trump. A proliferação de desinformação, parte dela com objetivos (políticos e económicos, entre outros) ilícitos, difundida através de plataformas digitais, tornou-se uma preocupação para os Estados democráticos.

Em Portugal, a Assembleia da República, tendo em conta as medidas específicas avançadas pela UE, algumas delas que comprometem os Estados-membros individualmente, pretendeu também lançar-se no debate que estava já em curso no espaço público. Com este propósito, o presidente deste órgão de soberania dirigiu à ERC uma solicitação no sentido de que produzisse um documento que refletisse a perspetiva do regulador sobre a matéria.

¹⁶ <http://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvJltzOjM4OjJtZWVpYS9lc3R1ZG9zL29iamVjdG9fb2ZmbGluZS83NC4zLnBkZiI7czo2OjJ0aXR1bG8iO3M6NTA6InN0dWR5LW5ldy1tZWVpYS1vbi10aGUtcml0aW9uLW9mLXR0ZS1tZWVuaW5nljt9/study-new-media-on-the-redefinition-of-the-meaning>

¹⁷ <http://www.erc.pt/pt/estudos-e-publicacoes/novos-media/estudo-novos-media-sobre-a-redefinicao-da-nocao-de-orgao-de-comunicacao-social>

¹⁸ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/erga-activity-report-protecting-children-audiovisual-media-services-current-and-future-measures>

DESINFORMAÇÃO – CONTEXTO EUROPEU E NACIONAL

Em dezembro de 2018, o Conselho Regulador da ERC decidiu sobre a criação de um grupo de trabalho com vista a corresponder ao referido pedido do presidente da Assembleia da República. O regulador abriu desta forma uma nova linha de abordagem ao campo dos *media* digitais e que não se esgota neste primeiro trabalho produzido para o fim específico enunciado.

O grupo de trabalho sobre a desinformação foi constituído por decisão do Conselho Regulador e o seu vice-Presidente assumiu a sua supervisão.

O grupo de trabalho foi então incumbido de produzir um documento que abordasse os seguintes pontos:

1. O conceito de desinformação adotado pela Comunidade Europeia;
2. A legislação europeia destinada a combater as notícias falsas;
3. A legislação nacional no âmbito dos países europeus;
4. A circulação em Portugal de notícias falsas;
5. O contributo da literacia mediática para o rigor informativo;
6. Transparência e desinformação;
7. O combate em Portugal às notícias falsas; redações e *fact-checking*. Autorregulação (provedores da rádio e da televisão); heterorregulação no âmbito da legislação existente (europeia e nacional);
8. A desinformação na perspetiva das eleições europeias, legislativas e regionais;
9. Eventuais sugestões de alterações legislativas.

Os trabalhos conducentes à produção de um relatório final destinado a ser entregue no Parlamento foram desenvolvidos por estes técnicos ao longo do primeiro trimestre de 2019, culminando numa versão final¹⁹ no início de abril: “A Desinformação – Contexto Europeu e Nacional”. Por este motivo, o resultado pormenorizado deste trabalho virá a integrar o Relatório de Regulação correspondente a 2019, uma vez que a sua concretização ocorreu para além do ano em apreço no presente relatório.

Ainda assim, reporte-se de forma sucinta algumas recomendações do regulador relativamente ao combate à desinformação *online* contidas no documento:

- **Reforço da literacia mediática:**
 - integração nos currículos escolares acompanhada da formação de professores;
 - realização de ações de promoção de literacia mediática e informativa dirigidas a cidadãos de todas as idades.

¹⁹<https://www.flipsnack.com/ERCpt/estudo-a-desinforma-o-contexto-europeu-e-nacional/full-view.html>

- Aprovação da **legislação e reforço dos meios** necessários para garantir, de acordo com as recomendações e orientações comunitárias:
 - a. a transparência do financiamento das campanhas políticas *online*;
 - b. a efetiva aplicação do Regulamento Geral de Proteção de Dados;
 - c. a previsão e gestão dos riscos para a cibersegurança que advêm dos diversos tipos de ataques informáticos.
- Comprovação, por parte das autoridades portuguesas de que o “*Code of Practice Against Disinformation*”, da Comissão Europeia, está efetivamente a ser aplicado também em Portugal e garantia da respetiva monitorização.
- **Reforço do pluralismo e da qualidade do jornalismo**, incentivando medidas de co e autorregulação: Provedores do Leitor, do Ouvinte e do Telespectador; a constituição de Colégios de Leitores; a adoção de códigos de conduta em cada órgão de comunicação social dotados de efetivos mecanismos de escrutínio.
- Incentivo, em especial, ao reforço de medidas de controlo do rigor da informação produzida nos órgãos de comunicação social, quer através da **criação nas redações de núcleos dedicados ao fact-checking**, quer da associação a entidades independentes que se dediquem a essa atividade.
- Sensibilização dos órgãos de comunicação social e dos prestadores de serviços de comunicações eletrónicas para, quer nos seus sítios *online*, quer nas redes sociais, **promoverem a visibilidade do número de registo junto da ERC**.
- Sensibilização dos principais centros de decisão para que sejam rigorosos na informação que produzem.
- Ponderação de criação e publicitação, pela ERC, órgãos de comunicação social e operadores de plataformas digitais, de **listas de sites ou páginas comprovadamente de notícias falsas**, suscetíveis de serem confundidos com órgãos de comunicação social.
- **Redefinição da noção de órgão de comunicação social**, tendo como referência a Deliberação da ERC 202/2015 (OUT), integrando as entidades que efetuem a produção, agregação ou difusão *online* de conteúdos de comunicação social.
- **Revisão dos diplomas setoriais** (Lei da Televisão, Lei da Rádio e Lei de Imprensa), bem como do Decreto Regulamentar dos Registos, com vista à integração e adaptação às realidades *online*.
- Dar cumprimento à revisão da Lei que estabelece o Regime Jurídico da Cobertura Jornalística em Período Eleitoral e regula a Propaganda Eleitoral através de Meios de Publicidade (Lei n.º 72-A/2015, de 23 de julho), conforme expressamente previsto no seu texto.
- Consagração de norma específica que adote, com base no conceito comunitário, uma **definição de desinformação e que preveja a sua ilicitude** quando relacionada com a violação de princípios e valores essenciais (dignidade da pessoa humana, igualdade, não discriminação e tolerância, segurança e ordem públicas, saúde pública, entre outros a enunciar).

O desenvolvimento das medidas concretas propostas, aliadas ao escrupuloso cumprimento das regras de rigor informativo por parte dos profissionais da comunicação social e o envolvimento, quer dos agentes do setor, quer das entidades públicas, na promoção de iniciativas que capacitem os cidadãos para resistirem à desinformação, são instrumentos fundamentais ao combate ao fenómeno, assegurando o acesso a uma informação livre, pluralista e credível, essencial ao regular funcionamento da democracia.

De referir que o documento produzido serviu para lançar o tema da desinformação *online* numa Conferência Parlamentar promovida pela Comissão de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto sob o título “Informação e Desinformação na Era Digital”, que decorreu a 15 de abril de 2019 na Assembleia da República. No evento, o vice-Presidente do Conselho Regulador da ERC e supervisor do grupo que elaborou o documento, teve a oportunidade de apresentar e discutir aspetos do estudo com representantes dos grupos parlamentares no primeiro painel da conferência intitulado “Apresentação do Estudo da Entidade Reguladora para a Comunicação Social – ERC ‘A Desinformação – Contexto Europeu e Nacional’ e Intervenções dos Grupos Parlamentares”.

MEDIA E GÉNERO - PROMOÇÃO DA IGUALDADE ENTRE HOMENS E MULHERES E COMBATE AOS ESTEREÓTIPOS DE GÉNERO NOS MEDIA

1. VISÃO GLOBAL

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»²⁰ e assegurar o «respeito pelos direitos, liberdades e garantias»²¹.

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 Pequim²², 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 2018-2023”, do Conselho da Europa, integra as recomendações contidas na Declaração de Pequim, na Convenção de Istambul²³ e na recomendação da Comissão para a Igualdade de Género²⁴ 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 os planos contidos na “Estratégia Nacional para a Igualdade e Não Discriminação (2018-2030)”²⁵, 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 de comunicação social.

Esta iniciativa procura dar visibilidade àquelas dimensões, sempre que pertinente, quer através das propostas de **(A) monitorização sistemática de conteúdos televisivos** e do desenvolvimento de **(B) análises específicas** em contexto

²⁰ Estatutos da ERC, artigo 7.º, alíneas a) e f).

²¹ Estatutos da ERC, artigo 8.º, alínea d).

²² 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

²³ <https://rm.coe.int/168046253d>

²⁴ <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016805a2f35>

²⁵ https://www.cig.gov.pt/wp-content/uploads/2018/07/Resol_Cons_Ministros_61_2018.pdf

nacional e em estudos comparativos internacionais, que informam sobre o contributo dos meios de comunicação social na (des)construção das representações de género e de **(C) deliberações submetidas à apreciação do Conselho**.

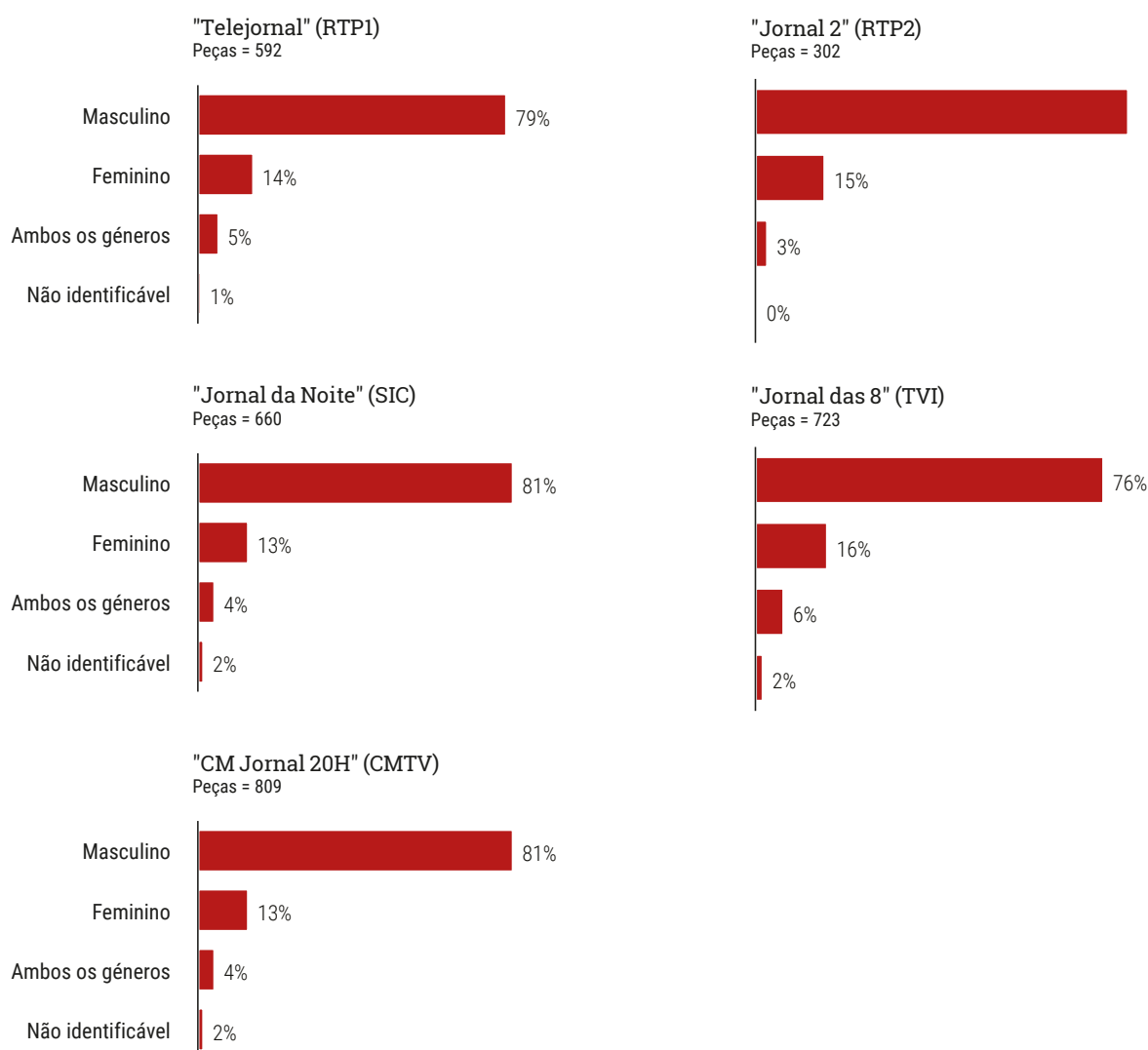
A. MONITORIZAÇÃO SISTEMÁTICA DE CONTEÚDOS INFORMATIVOS

PROTAGONISTAS E FONTES DA INFORMAÇÃO – IGUALDADE DE TRATAMENTO ENTRE HOMENS E MULHERES

No âmbito da **monitorização sistemática de conteúdos informativos**, em 2018, a ERC acompanhou a informação diária de horário nobre transmitida pelos operadores público (“Telejornal”, RTP1 e “Jornal 2”, RTP2) e privados (“Jornal da Noite”, SIC, “Jornal das 8”, TVI e “CM Jornal 20H”, CMTV).

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, TVI e CMTV” caracterizam-se a **diversidade e o pluralismo de protagonistas** das notícias, do ponto de vista do sexo.

Fig. 1 Sexo dos protagonistas dos noticiários de horário nobre, 2018



À semelhança de anos anteriores, na amostra de edições considerada, as narrativas jornalísticas dão maior visibilidade a protagonistas homens (79,6 %), enquanto a presença de mulheres é diminuta (13,8 %). Com efeito, os homens destacam-se em todas as categorias de protagonistas, com exceção da área do ambiente (*técnicos e especialistas da área do ambiente*), na qual as mulheres representam 50 %.

No conjunto das peças com protagonistas do sexo feminino destacam-se, por ordem decrescente do peso da macro categoria, as representantes da área da *política nacional* (*secretários gerais e presidentes dos partidos*), da *ordem interna* (*vítimas*), da *sociedade* (*familiares e moradores/habitantes*) e da *cultura* (*artistas e outros criadores*).

Entre as notícias analisadas que destacam os atores do sexo masculino sobressaem os da área da *política nacional* (entre estes o *Presidente da República, Ministros e Primeiro-Ministro*), *desporto* (p. ex. *atletas e técnicos desportivos*, em particular de futebol) e *ordem interna* (p. ex. *vítimas*).

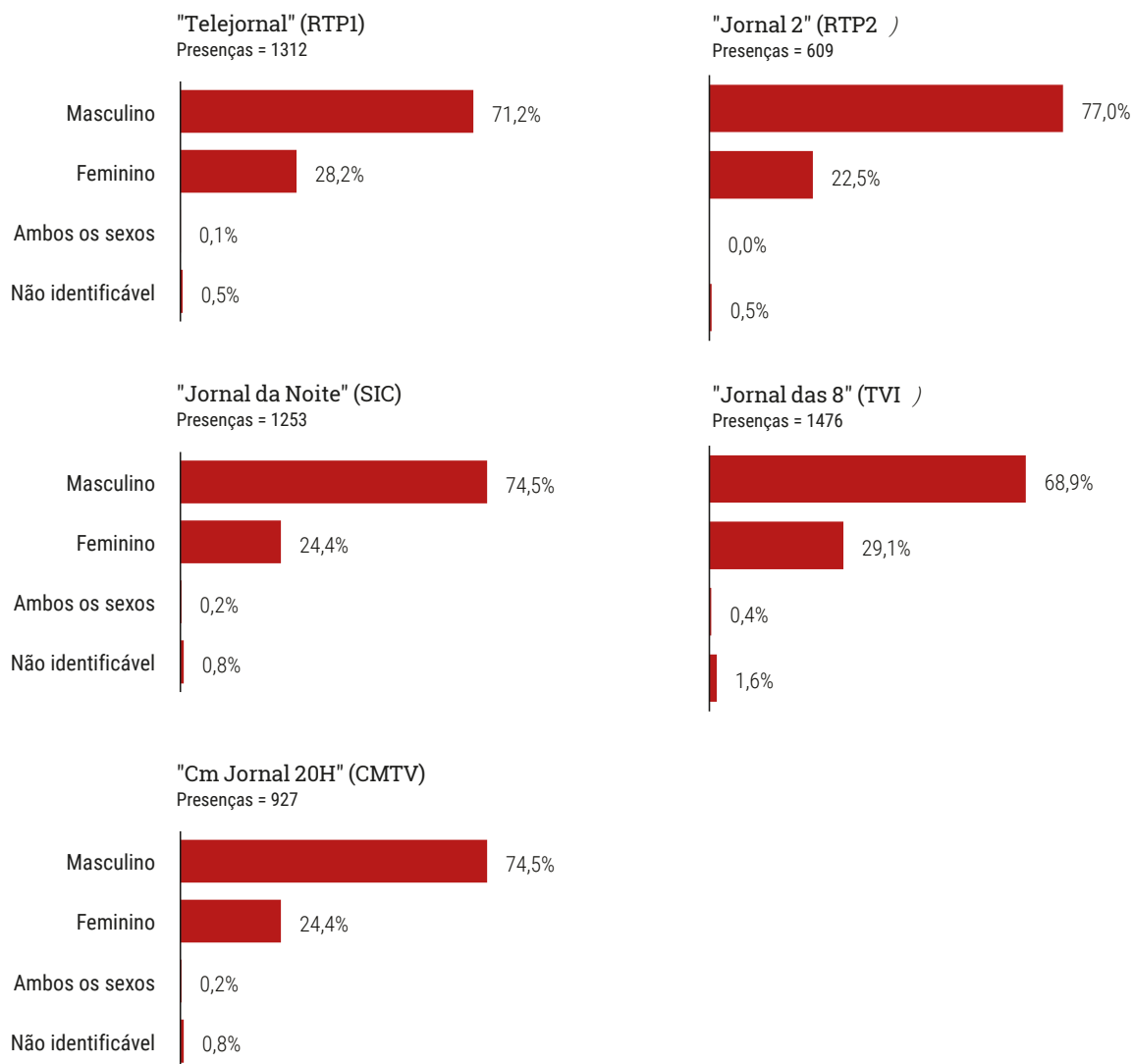
As peças com *protagonistas* de ambos os sexos provêm da *sociedade* (p. ex. *cidadãos*) e da *ordem interna* (sobretudo *vítimas*) em peças sobre temas de *lazer e diversão* e *turismo*, mas também *acidentes e catástrofes*.

FONTES DA INFORMAÇÃO – IGUALDADE DE TRATAMENTO ENTRE HOMENS E MULHERES

As fontes consultadas na construção das narrativas mediáticas seguem a mesma tendência que os protagonistas destacando-se as de sexo masculino (72,9 %).

Entre estas, considerando as macro categorias de análise, predominam as da política nacional, sociedade, ordem interna, desporto e comunidade internacional com valores acima dos 10 %. As fontes do sexo feminino também se destacam nas áreas da política nacional, sociedade e ordem interna, sobressaindo ainda nas áreas da economia, finanças e negócios e cultura.

Fig. 2 Sexo das fontes dos noticiários de horário nobre, 2018



A ERC tem vindo a sensibilizar os operadores televisivos para diversificarem as temáticas que integram os alinhamentos dos telejornais de horário nobre, contribuindo para o pluralismo e diversidade de temas, fontes e atores associados.

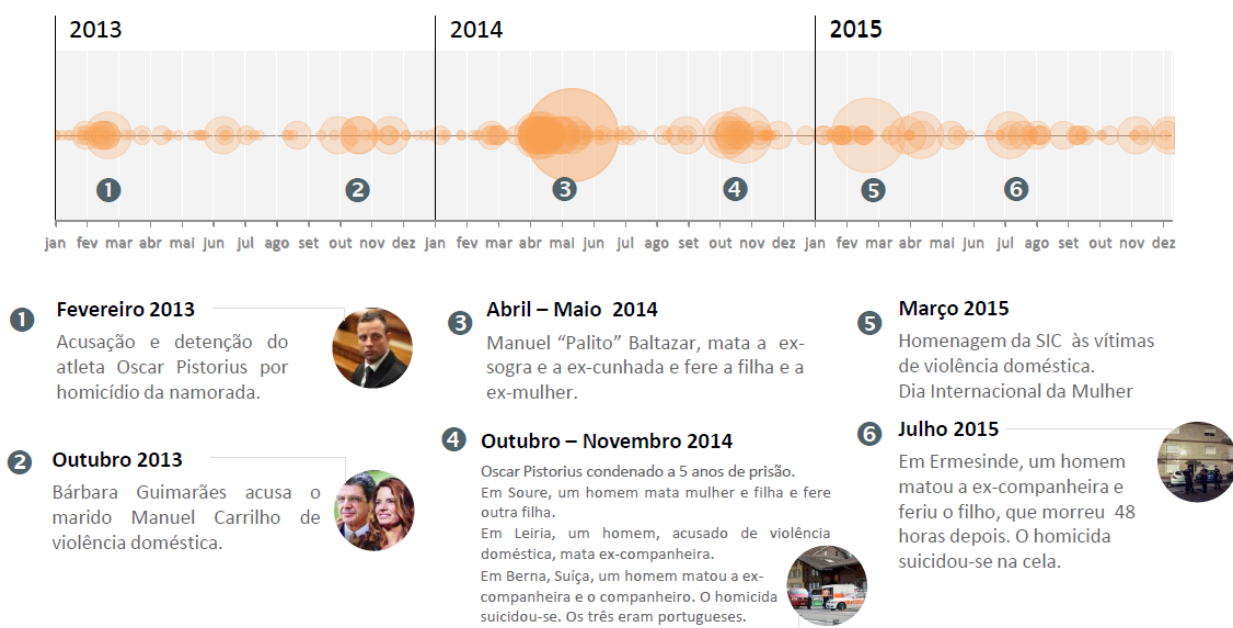
Por outro lado, apela também à diversificação de atores e fontes, no que ao género diz respeito, em atividades ou contextos sociais em que as *mulheres* estão presentes e que, por norma, continuam a ser representados na informação por *homens*.

B. ANÁLISES ESPECÍFICAS

TRATAMENTO JORNALÍSTICO DA VIOLÊNCIA DOMÉSTICA E DE GÉNERO

No âmbito das análises específicas sobre as questões de género, em 2018, a ERC apresentou publicamente o estudo “Representações da violência doméstica nos telejornais de horário nobre?”, que coligiu 432 peças dos noticiários de horário nobre dos canais generalistas em sinal aberto emitidas entre 2013 e 2015.

Factos mais noticiados



O estudo teve como principais conclusões:

- Três em cada quatro peças noticiosas relatam o ato de violência na intimidade como um acontecimento isolado (peças *orientadas para o acontecimento*). Uma abordagem mais contextualizada da informação (peças *orientadas para a problemática*) ocorre em apenas um quarto das peças;
- Duas em cada três peças sobre violência doméstica não têm qualquer destaque nos alinhamentos dos noticiários. As peças destacadas remetem para casos que reúnem maior interesse mediático e cujo valor notícia se associa ao suicídio do agressor e ao envolvimento de menores;
- As notícias *orientadas para o acontecimento* dão maior atenção a *atividades policiais*, i.e., noticiam o crime e anunciam a investigação policial (65,9 %) e a *casos de justiça* (32,8 %). A abordagem mais *orientada para a problemática* surge em peças relacionadas com temas *institucionais* no âmbito da discussão de medidas e políticas públicas para o apoio a vítimas de violência doméstica (62,4 %);
- A maioria das peças noticia casos de violência doméstica sobre mulheres (94,2 %);

- Grande parte das peças que relatam casos concretos de violência doméstica entre parceiros ou ex-parceiros referem-se a *homicídios* (79,7 %), em particular nas *orientadas para o acontecimento*;
- Em mais de metade das peças, os operadores optaram por designações genéricas para classificar o crime de violência doméstica, tais como *homicídio*, *crime*, *assassinato* e *morte* desenquadrando-os das relações de intimidade e de género (54,2 %).
- Em mais de metade das peças não se identifica a presença de qualquer indicador de *sensibilização e informação* sobre e para a violência doméstica tanto no domínio da opinião pública em geral, como dos diretamente envolvidos (56,0 %);
- As peças que relatam casos de violência doméstica não refletem a distribuição da taxa de incidência de denúncias em Portugal, dando apenas visibilidade às ocorrências nas principais cidades do país (Lisboa, Porto e Setúbal);
- Em algumas peças com a presença de vítimas sobressaem alguns elementos, que indiciam a responsabilização pelo crime de violência doméstica exercido sobre elas (como as menções à sua conduta e comportamento social (p. ex. alcoolismo, amante, novo namorado));
- Quando presentes, os adjetivos associados à vítima, contribuem para reforçar a sua vulnerabilidade e fragilidade;
- O alegado agressor é retratado, na generalidade, como suspeito do homicídio ou das agressões, embora em alguns momentos a sua presunção da inocência possa ficar comprometida;
- A *vox populi* é a fonte mais consultada na mediatização do crime de violência doméstica, em particular *cidadãos comuns*, *vizinhos* e *testemunhas* (29,9 %), sobretudo nas peças *orientadas para o acontecimento*, seguindo-se as fontes ligadas às *autoridades* e à *justiça* (20,3 %);
- Os *especialistas* e os *representantes de organizações não-governamentais* são as fontes consideradas em 10,8 % das peças, em particular nas que se *orientam para a problemática da violência doméstica*;
- No conjunto das notícias não se identifica um predomínio em termos do sexo das fontes. Ainda assim, observando a sua distribuição, as fontes do sexo masculino estão presentes em maior número entre as *autoridades*, como os *bombeiros* e as *forças policiais* e os *advogados* representantes do agressor e da vítima; as *mulheres* destacam-se na voz das *vítimas* e das *organizações não-governamentais*;
- Uma percentagem considerável de peças compromete o *rigor informativo* da notícia sobre violência doméstica, devido à identificação parcial ou à ausência total de referências a fontes de informação (45,6 %);
- Em mais de metade das peças identificam-se recursos sensacionalistas no tratamento informativo (52,5 %), nomeadamente o uso de vocábulos violentos e descrições pormenorizadas sem acréscimo de valor informativo, sendo estes mais frequentes nas peças *orientadas para o acontecimento*;
- Na generalidade das peças sobre violência doméstica entre parceiros e ex-parceiros é respeitada a reserva da intimidade e da vida privada dos envolvidos.

Das conclusões do estudo resultou a publicação da diretiva 2019/1 sobre a cobertura informativa de situações de violência doméstica com recomendações aos órgãos de comunicação social.

PUBLICIDADE, GÉNERO E DISCRIMINAÇÃO

A ERC apresentou na Conferência "Género e Publicidade", realizada no ISCAP, no Porto, em novembro de 2018, uma apresentação intitulada "Publicidade, Género e Discriminação".

A apresentação assentou em quatro pontos principais, nomeadamente no conceito de publicidade, género e regulação, acompanhada por exemplos da intervenção regulatória nacional e europeia. Entre as principais conclusões, salientaram-se a necessidade da diversidade de representações de papéis sociais nas campanhas publicitárias e o reforço da articulação de competências entre entidades de hetero-regulação, e entre estas e a autorregulação.

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 e Média** do **RIRM** (*Réseau des Instances de Régulation Méditerranéennes*)²⁶. Em 2018 teve início, sob a coordenação do CAC (Conselho para o Audiovisual da Catalunha) e da ERC, a análise relativa à cobertura televisiva da violência de género, em particular na informação e programação. O estudo tem como objetivos recolher e comparar as medidas legislativas dos países do mediterrâneo e analisar o tratamento mediático da violência de género. A análise, a concluir em 2019, pretende desenhar boas práticas, partilhadas pelas entidades reguladoras que integram a rede, sobre a cobertura mediática do tema.

A ERC participou no VII Encontro da PER (Plataforma das Entidades Reguladoras da Comunicação Social dos Países e Territórios de Língua Portuguesa), sobre o tema "*Média, Género e Regulação*", onde salientou a necessidade de adoção de «práticas linguísticas e terminologias adequadas à promoção da igualdade de género» pelos órgãos de comunicação social.

A ERC acompanhou a temática da diversidade de género nas 47.^a e 48.^a reuniões da EPRA (Plataforma Europeia de Autoridades Reguladoras), tendo assistido aos trabalhos desenvolvidos pelo grupo de trabalho dedicado à Diversidade e Inclusão nos meios de comunicação social.

No primeiro encontro do ano, na mesa "*Achieving greater diversity in broadcasting - special focus on gender; benefits and best practice approaches*", debateram-se as formas de melhorar a representação da sociedade, em particular da diversidade de género, nos órgãos de comunicação social. A reunião salientou o desequilíbrio da presença de homens e mulheres nos conteúdos dos órgãos de comunicação social, mas também nos quadros das empresas de comunicação social nos países que integram a plataforma. Salientou-se a necessidade de contínua monitorização dos conteúdos para identificação de lacunas na representação paritária de género.

No segundo encontro, na mesa "*Achieving greater diversity in broadcasting: the whole picture*", deu-se continuação ao debate iniciado na 47.^a reunião e debateram-se os modos de obter maior diversidade nos *media*, em particular nas questões relacionadas com a idade, etnicidade, deficiência e sexualidade. À semelhança da reunião anterior, as conclusões consideraram a necessidade de monitorização de conteúdos e de compilação de indicadores e de dados sobre a diversidade com vista a melhorar a inclusão. Foram também salientadas a necessidade de estabelecer parcerias entre os *media*, as instituições públicas (incluindo os reguladores de comunicação social) e a sociedade

²⁶ Cf. «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=YTozOntzOjEzOiJ0aXBvX2NvbmlWRvltzOjg6Im5vdGljaWFzJjtzOjQ6ImxhbmciO3M6MjoiHQiO3M6MTE6ImlkX2NvbmlWRvltzOjM6MjciN2N2fQ==>

civil e o apoio ao trabalho dos meios de comunicação social através de recomendações (incluindo, por exemplo, terminologia adequada para o acompanhamento dos temas da diversidade) e a promoção da literacia para os *media*, do jornalismo ético e da formação enquanto respostas coletivas possíveis para melhorar a inclusão e promover um melhor conhecimento do trabalho desenvolvido pelos *media*.

C. DELIBERAÇÕES SUBMETIDAS À APRECIÇÃO DO CONSELHO NO ÂMBITO DA DISCRIMINAÇÃO DE GÉNERO

Em 2018 foram registadas sete deliberações diretamente relacionadas com a discriminação de género – orientação sexual, alegado abuso sexual e estereótipos de género, tanto no âmbito de programas de entretenimento como na informação. Recorde-se que o total de deliberações adotadas pela ERC, no ano em apreciação, se situou nas 264 deliberações.

ATIVIDADES DE LITERACIA MEDIÁTICA DA ERC EM 2018

1. VISÃO GLOBAL

Em 2018, o projeto de Literacia Mediática (LM) desenvolvido pela ERC aplicou os seus recursos, materiais e humanos, fundamentalmente em duas frentes de ação:

1. No desenvolvimento da **segunda edição do programa de literacia mediática** que a ERC vem implementando desde o ano letivo 2016/2017 em escolas integradas no programa “*Mediadores para o sucesso escolar*” da associação EPIS – Empresários pela Inclusão Social;
2. Nas principais atividades realizadas no âmbito da sua participação no **GILM - Grupo Informal de Literacia Mediática**.
3. A **segunda edição do programa de LM em escolas integradas no programa “Mediadores para o sucesso escolar” – ano letivo 2017/2018** – consistiu na realização de **12 sessões** junto de **alunos do 3.º ciclo do ensino básico** (do 8.º e 9.º anos de escolaridade) de seis escolas selecionadas pela EPIS.

Ainda em 2018 (integrada na 3.ª edição do programa), foi ministrada uma sessão na Escola Básica 2.º e 3.º Ciclos Nun'Álvares (Seixal), com o objetivo de sensibilizar os alunos para o tema “Direitos Humanos, Liberdade de Expressão e Liberdade de Imprensa” e assinalar os **70 anos da Declaração Universal dos Direitos Humanos**. As restantes sessões tiveram por base as seguintes ações que a ERC tem vindo a implementar desde 2013:

- “Literacia para os *media*: Compreender e utilizar criticamente a informação televisiva;
- “Mensagens publicitárias nos conteúdos televisivos”;
- “Literacia e *Media* Digitais: Sabe navegar na internet de modo seguro, consciente e eficaz?”;
- “Vamos desconstruir *Reality Shows*? Entre a realidade e a ficção”;

De acordo com dados da EPIS, as referidas sessões envolveram um total de **142 alunos**, com idades compreendidas **entre os 14 e os 18 anos**.

No que diz respeito ao trabalho em parceria com o GILM destaca-se a promoção da **6.ª edição da operação “7 Dias com os *Media*”** e a **realização dos III e IV FILM – Fóruns Informais de Literacia Mediática**, centrados respetivamente nos temas “Desinformação, liberdade de expressão e educação para os *media*” e “Que Competências Para a Revolução Digital?”.

Também importa destacar a participação da ERC no lançamento do **MILobs – Observatório sobre *Media*, Informação e Literacia**, o primeiro observatório nacional dedicado à área, que tem a sua génese no GILM, que surge como principal parceiro do observatório e como membro do seu conselho consultivo.

Também a nível internacional a ERC participou em atividades relacionadas com a LM, nomeadamente em iniciativas promovidas pela PRAI – *Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual Iberoamericanos*, pela EPRA – *European Platform of Regulatory Authorities* e pelo CAA – *Consejo Audiovisual de Andalucía*.

2. CONTINUIDADE DO TRABALHO EM PARCERIA

A Literacia Mediática (LM) continuou a ser, em 2018, parte integrante do trabalho de regulação dos *media* desenvolvido pela ERC. Esta vertente da atividade do regulador vem ganhando maior solidez desde há meia década. Em 2018, reeditou as ações que vem desenvolvendo em parceria com diferentes instituições nacionais e internacionais igualmente comprometidas em promover esta área.

Nesta perspetiva de continuidade da intervenção da ERC no campo da LM, o capítulo “Literacia para os *media* – Plano de ação da ERC”, integrado no Relatório de Regulação de 2016, dava também conta da orientação estratégica para o biénio 2017-2018.

Entre as frentes de ação no âmbito da LM que tiveram continuidade em 2018 salientam-se duas:

- 1. No contexto da ação exclusiva do regulador**, foi dada continuidade ao programa de literacia mediática da ERC nas escolas integrado no programa “Mediadores para o sucesso escolar” da **EPIS – associação Empresários pela Inclusão Social**;
- 2. No contexto da ação que a ERC desenvolve em colaboração com as entidades que constituem o GILM - Grupo Informal de Literacia Mediática**, destaca-se o lançamento do MILobs – Observatório sobre *Media*, Informação e Literacia; a 6.ª edição da operação “7 Dias com os *Media*” e a realização dos III e IV FILM – Fórum Informal de Literacia Mediática.

Ainda em 2018, além das atividades desenvolvidas em território português, a ERC participou em atividades promovidas pela PRAI – *Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual Iberoamericanos*, pela EPRA – *European Platform of Regulatory Authorities* e pelo CAA – *Consejo Audiovisual de Andalucía*.

Programa de LM da ERC em escolas EPIS



Ao abrigo do protocolo celebrado entre a ERC e a EPIS, que se encontra em vigor desde 18 de maio de 2016²⁷, decorreram, em 2018, as ações integrantes das 2.ª e 3.ª edições de promoção da literacia mediática em escolas parceiras da EPIS. Recorde-se que o referido protocolo compromete a ERC a desenvolver a iniciativa por um período de três anos letivos.

As ações dirigem-se aos alunos do 3.º ciclo que são acompanhados no âmbito do supramencionado programa “Mediadores para o sucesso escolar,”²⁸ da EPIS.

Estiveram envolvidos no desenvolvimento e aplicação das ações de literacia que constituíram as edições do programa técnicos provenientes de diferentes serviços da ERC: Departamento de Análise de *Media*; Unidade de Registos; Unidade de Supervisão; Núcleo de Biblioteca e Centro de Documentação. Estes técnicos possuem conhecimentos de diferentes áreas de saber e lidam com áreas diversas da regulação, o que garantiu a riqueza das abordagens apresentadas aos alunos.

²⁷ Este protocolo está disponível para consulta no site da ERC <http://bit.ly/2mnyW2t>

²⁸ 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 seis e os 24 anos.

Implementação do programa do ano letivo 2017/2018

A 2.ª edição do protocolo decorreu entre janeiro e junho de 2018 e compreendeu a realização de 12 sessões junto dos grupos/turmas de alunos de cinco escolas selecionadas pela EPIS:

- Escola Secundária e 3º ciclo D. João V (Damaia);
- Escola Seomara da Costa Primo (Amadora);
- Escola Secundária São João da Talha (Loures);
- Escola Secundária Braamcamp Freire (Pontinha);
- Agrupamento de Escolas do Cerco (Porto).

Ainda em 2018, a 10 de dezembro, foi ministrada uma sessão pertencente à 3.ª edição do programa, integrada no ano letivo 2018/2019 na Escola Básica 2.º e 3.º Ciclos Nun'Álvares (Seixal). Essa sessão teve como tema "Direitos Humanos, Liberdade de Expressão e Liberdade de Imprensa" e foi realizada com o objetivo simbólico de assinalar os 70 anos da Declaração Universal dos Direitos Humanos que se celebraram precisamente na mesma data.

Os temas dessas sessões foram selecionados pelos estabelecimentos de ensino de entre a listagem de ações que a ERC disponibilizou para o efeito. Decorreram todas em contexto de sala de aula com a preocupação de selecionar os temas que mais se adequavam ao perfil e aos interesses dos alunos que participaram.

Estas ações foram levadas a efeito num contexto de **aprendizagem não formal** que os alunos podem desenvolver ao longo da sua vida. Os técnicos da ERC assumiram a qualidade de profissionais da área da regulação dos *media* que sensibilizam/promovem a consciencialização sobre temas relacionados com os *media* sobre os quais o regulador exerce as suas competências.

A iniciativa foi bem recebida por parte dos alunos, que viram nestas sessões uma oportunidade para discutir assuntos que habitualmente não ocupam as aulas. Denotou-se também da parte de alguns professores e *mediadores* um forte interesse em discutir as matérias propostas nas sessões da ERC e em envolver os seus alunos no debate de temas que os próprios docentes reconheciam não dominar em profundidade.

As sessões permitiram partilhar a atividade da ERC, algumas das suas decisões e o modo como pode contribuir para a promoção da LM. Neste âmbito, os alunos mostraram curiosidade, em particular, pelo trabalho relacionado com a resposta a queixas e participações.

2018: cinco escolas, 13 sessões, 142 alunos envolvidos

A 2.ª Edição do Programa de LM da ERC em escolas parceiras da EPIS respeitou ao ano letivo 2017/2018, mas a totalidade das ações decorreu já no ano em análise, entre janeiro e maio. Ainda em 2018, decorreu também uma ação integrante da 3.ª Edição (ver Figura 1).

Fig.1 Programa de LM em Escolas parceiras da EPIS - Sessões realizadas em 2018

Escolas parceiras da EPIS	Títulos das Ações	Datas
Escola do 3.º Ciclo e Secundária D. João V (Damaia)	"Mensagens publicitárias nos conteúdos televisivos"	15 janeiro
	"Literacia e <i>Media</i> Digitais: Sabe navegar na Internet de modo seguro, consciente e eficaz?"	22 janeiro
Escola Seomara da Costa Primo (Amadora)	"Literacia e <i>Media</i> Digitais: Sabe navegar na internet de modo seguro, consciente e eficaz?"	31 janeiro
	"Vamos desconstruir <i>Reality Shows</i> ? Entre a realidade e a ficção"	21 fevereiro
Escola Secundária São João da Talha (Loures)	"Literacia para os <i>media</i> : Compreender e utilizar criticamente a informação televisiva"	06 e 07 fevereiro
	"Mensagens publicitárias nos conteúdos televisivos"	06 e 07 março
Escola Secundária Braancamp Freire (Pontinha)	"Literacia para os <i>media</i> : Compreender e utilizar criticamente a informação televisiva "	05 fevereiro
	"Vamos desconstruir <i>Reality Shows</i> ? Entre a realidade e a ficção"	05 março
Agrupamento de Escolas do Cerco (Porto)	"Mensagens publicitárias nos conteúdos televisivos"	28 fevereiro
	"Vamos desconstruir <i>Reality Shows</i> ? Entre a realidade e a ficção"	07 março
Sessão pertencente à 3.ª Edição (cujas sessões se centraram já em 2019)		

As 13 sessões realizadas em 2018 recuperaram as ações que a ERC tem vindo a implementar nos últimos anos, exceto aquela que integrou a 3.ª edição do programa. A ação que teve mais sessões efetuadas (quatro) relacionou-se com a consciencialização relativa às mensagens publicitárias que integram os conteúdos televisivos e a sinalética que acompanha estes conteúdos (Cf. Figura 1). A aprendizagem da sinalética foi apresentada como uma forma eficaz e direta de os espectadores identificarem a presença de mensagens promocionais (diretas ou implícitas) nos conteúdos editoriais.

A desconstrução do formato televisivo *reality show* foi apresentada em três ações em 2018. Estes dois conteúdos vêm sendo testados desde 2014, quando foram lançados no âmbito da operação "7 Dias com os *Media*" desse ano, uma iniciativa de promoção da literacia mediática que o GILM promove anualmente, desde 2013.

A sessão que tem por objetivo fomentar a análise crítica dos conteúdos jornalísticos de televisão foi também apresentada em três sessões. Esta ação regressou às escolas, depois de não ter integrado o conjunto de apresentações realizadas em 2017. Trata-se da primeira sessão pensada pela ERC a ser levada ao público escolar.

A ação que explora a reflexão sobre as diferentes capacidades associadas à navegação na internet foi realizada em duas escolas.

Por último, integrada na 3.ª edição do programa (sobre a qual se falará de forma mais detalhada no Relatório de Regulação de 2019), decorreu uma nova ação intitulada "Direitos Humanos, Liberdade de Expressão e Liberdade de Imprensa", que refletiu sobre a importância e os limites da liberdade de expressão e da liberdade de imprensa, pensando estes valores ao abrigo de valores inalienáveis e de superior salvaguarda que são os direitos humanos.

Capacidades, desafios e dificuldades constatados no terreno

Tal como resultara na primeira edição, a discussão em torno dos **reality shows**, que ocupou três das 13 sessões realizadas, despertou interesse na generalidade dos alunos que, além de demonstrarem capacidade de identificar e reconhecer programas de *reality show*, revelaram-se conscientes de algumas das características do formato, o que permite compreendê-lo.

Os alunos mostraram-se participativos na análise dos vídeos selecionados, colocaram questões e reflexões acerca do formato e assumiram uma posição crítica em relação aos eixos de debate propostos, sobretudo na vertente da perpetuação de estereótipos sociais que pode resultar do modo como este tipo de programas é construído.

As imagens utilizadas para discussão pertenciam a diferentes edições do programa “*Secret Story – Casa dos Segredos*”, o *reality show* exibido pela TVI e aquele que motivou o maior número de participações recebidas pela ERC e também o maior número de pronúncias por parte do Conselho Regulador.

Nas quatro sessões baseadas na ação sobre as **mensagens publicitárias nos conteúdos televisivos**, a vertente em que se detetou existir maior novidade/surpresa por parte dos alunos foi o facto de existir sinalética específica para identificação de diferentes tipos de conteúdos promocionais no interior de programas televisivos. Os jovens revelaram completo desconhecimento acerca do significado dessa mesma sinalética, pelo que a informação sobre este ponto específico parece ser uma lacuna ao nível dos espectadores mais novos, não cumprindo a sua função informativa relativamente às mensagens publicitárias que integram conteúdo editoriais.

O exercício de procurar reconhecer os diferentes tipos de mensagens publicitárias e de avaliar a correta aplicação das restrições legais existentes quanto à presença de alguns tipos de publicidade em determinados programas, como os informativos, por exemplo, acabou por proporcionar momentos de debate muito participados.

A sessão relacionada com a **compreensão e análise crítica da informação televisiva** tratou de abordar alguns conceitos centrais ao campo jornalístico. Um exemplo é precisamente a reflexão sobre o conceito de rigor informativo nas diversas vertentes, que permitiu que os alunos percebessem que não é pelo simples facto de se ver determinado assunto reportado nas notícias que ele é uma verdade absoluta. Deste modo, foi incutido o olhar crítico sobre o cumprimento de determinados requisitos que contribuem para a credibilidade da informação televisiva.

Esta ação deixou perceber um certo alheamento dos alunos quanto aos aspetos que credibilizam a informação jornalística, ao mesmo tempo que a natureza do tema e a tecnicidade de algumas das noções discutidas contribuíram para uma participação mais tímida por parte dos jovens que assistiram a estas sessões, comparativamente com outras.

Quanto às sessões **dedicadas à navegação na internet**, sobressaiu uma perceção relativamente comum entre as equipas que as orientaram: o tema é do interesse dos alunos, que revelaram conhecer o significado de muitos dos conceitos técnicos abordados, mas que também se surpreenderam com algumas possibilidades do meio.

Com efeito, a vertente desta ação que explora as potencialidades e a eficácia da pesquisa de informação em ambiente digital despertou interesse e envolvimento. Nomeadamente nos momentos práticos, em que foram sugeridos exercícios de pesquisa *booleana*. Outro exercício que estimulou o interesse dos alunos foi o de seguir o rasto da sua pegada digital através de algumas ferramentas de pesquisa baseadas em elementos como o nome ou o endereço de correio eletrónico.

Já a avaliação da credibilidade dos conteúdos disponibilizados *online* gerou menor interesse nos alunos, que questionaram a utilidade/necessidade de seguir alguns dos critérios utilizados na verificação dessa credibilidade. No caso do debate em torno das questões de segurança na navegação *online*, designadamente no que diz respeito aos conteúdos partilhados e gerados pelos próprios utilizadores, também foram identificadas reações críticas.

Por fim, no caso da ação inédita que discutiu a **liberdade de expressão e a liberdade de imprensa sob a perspetiva dos direitos humanos** observou-se uma forte adesão por parte dos alunos que chamaram para debate um tema polémico que à data estava no centro da discussão pública: a aprovação pelo Parlamento Europeu do artigo 13.º sobre direitos de autor na internet, que integra a Diretiva sobre os Direitos de Autor no Mercado Único Digital.

Os alunos revelaram estar sensibilizados para a temática dos direitos humanos, manifestaram compreender os limites que podem decorrer da ausência do direito à liberdade de expressão e demonstraram que as maiores dúvidas se centraram em torno da liberdade de imprensa.

Breve caracterização dos grupos de alunos que participaram nas ações

Participaram nesta segunda edição alunos do 3.º ciclo do ensino básico (e na primeira sessão da 3.ª edição), no caso concreto, alunos dos 8.º e 9.º anos de escolaridade do ensino via normal e três turmas pertencentes aos CEF – Cursos de Educação e Formação, que proporcionam um percurso escolar com uma componente profissional, num total global de 142 alunos alcançados nas seis escolas visitadas (ver Figura 2).

Segundo os dados fornecidos pela EPIS, a faixa etária dos participantes esteve compreendida entre os 14 e os 18 anos.

Fig.2 Número de alunos abrangidos pelo programa de LM da ERC em escolas parceiras da EPIS em 2018

Escolas parceiras da EPIS	Localização da escola	N.º de Alunos
		
Escola Secundária São João da Talha	Loures	20
Escola 3.º ciclo e Secundária D. João V	Damaia	32
Escola Seomara da Costa Primo	Amadora	24
Escola Secundária Braamcamp Freire	Pontinha	24
Escola Básica e Secundária Rodrigues de Freitas	Porto	22
Escola Básica 2,3 Nun'Álvares	Seixal	20

Fonte: EPIS

3. O TRABALHO DO GILM EM 2018

A. Lançamento do MILobs

Em julho de 2018 foi lançado o Observatório sobre *Media*, Informação e Literacia – MILobs²⁹, que conta com a parceria da ERC por via da sua participação no GILM – Grupo Informal de Literacia para os *Media*.

Na sessão de apresentação do MILobs foi recordado que um dos momentos que marcam o percurso histórico percorrido até à criação do MILobs foi o “Estudo sobre Educação para os *Media* em Portugal: experiências, atores e contextos”, promovido pela ERC e o CECS em 2009 e apresentado em março de 2011 no I Congresso Literacia, *Media* e Cidadania.

²⁹ <http://milobs.pt/>

O propósito deste trabalho de investigação é claramente predecessor dos objetivos que norteiam o MILObs: mapear todos os projetos, atividades e experiências de literacia mediática desenvolvidos em Portugal até 2010, de modo a identificar recomendações e orientações tendentes à promoção da educação para os *media* em Portugal.

Recorde-se que foi no contexto do trabalho do GILM que surgiu a ideia de tornar os seus membros os primeiros e principais parceiros do MILObs. Deste modo, embora esteja integrado na UM, este é um projeto que tem na sua génese a parceria que o GILM realiza desde 2009.

A propósito da relação intrínseca entre o MILObs e o GILM, ressalve-se que os objetivos de ambos são coincidentes e as preocupações idênticas: «Reunir informação relevante e atualizada nos vários domínios da Educação para os *Media*», «Partilhar experiências de sucesso tendo por horizonte e preocupação a literacia na esfera da comunicação e dos *media*» ou, ainda «Tomar posição pública relativamente a matérias de interesse público relacionadas com o seu campo de atividade». A propósito do trabalho em rede e do compromisso com a intervenção no debate público, é de notar que o próprio GILM surge como membro do Conselho consultivo no MILObs, aspeto que denota o compromisso de continuar a fazer da Literacia Mediática e da Informação um campo de intervenção coordenada.

O Observatório de Educação para os *Media*

O MILObs define-se como um observatório que acompanha, monitoriza e divulga o que é feito no âmbito da Educação para os *Media* em Portugal e no estrangeiro, e, ao mesmo tempo, promove a Literacia Mediática junto dos diferentes setores da sociedade.

São objetivos do observatório:

- Reunir informação relevante e atualizada nos vários domínios da Educação para os *Media*;
- Partilhar experiências de sucesso tendo por horizonte e preocupação a literacia na esfera da comunicação e dos *media*;
- Estimular e facilitar o trabalho das pessoas que se movem nesta área, nomeadamente no campo da formação;
- Construir redes de interação, com entidades nacionais e internacionais, com preocupações similares às do MILObs;
- Prestar serviços a entidades terceiras, no domínio da formação, consultadoria, estudos e pareceres;
- Tomar posição pública relativamente a matérias de interesse público relacionadas com o seu campo de atividade.

Entre os recursos disponibilizados no seu sítio *online* é possível encontrar uma breve perspetiva histórica sobre a área da LM que é acompanhada por uma cronologia, na qual constam as datas mais relevantes e ainda um espaço que define conceitos e metodologias.

Encontra-se também reunida informação sobre políticas de LM existentes ao nível nacional e internacional. Ao nível das ações no terreno, são listadas experiências e iniciativas que vão sendo levadas a efeito na área da LM.

A oferta de formação e a área da investigação em LM têm reunida informação no MILobs, através da listagem de programas de formação disponíveis, identificação de investigadores e de projetos de investigação.

Na secção de recursos são disponibilizados diversos tipos de materiais, como artigos, revistas, livros, sítios *online*, vídeos, *podcasts*, fotografias, entre outros. Existe ainda uma coleção de notícias acerca da LM.

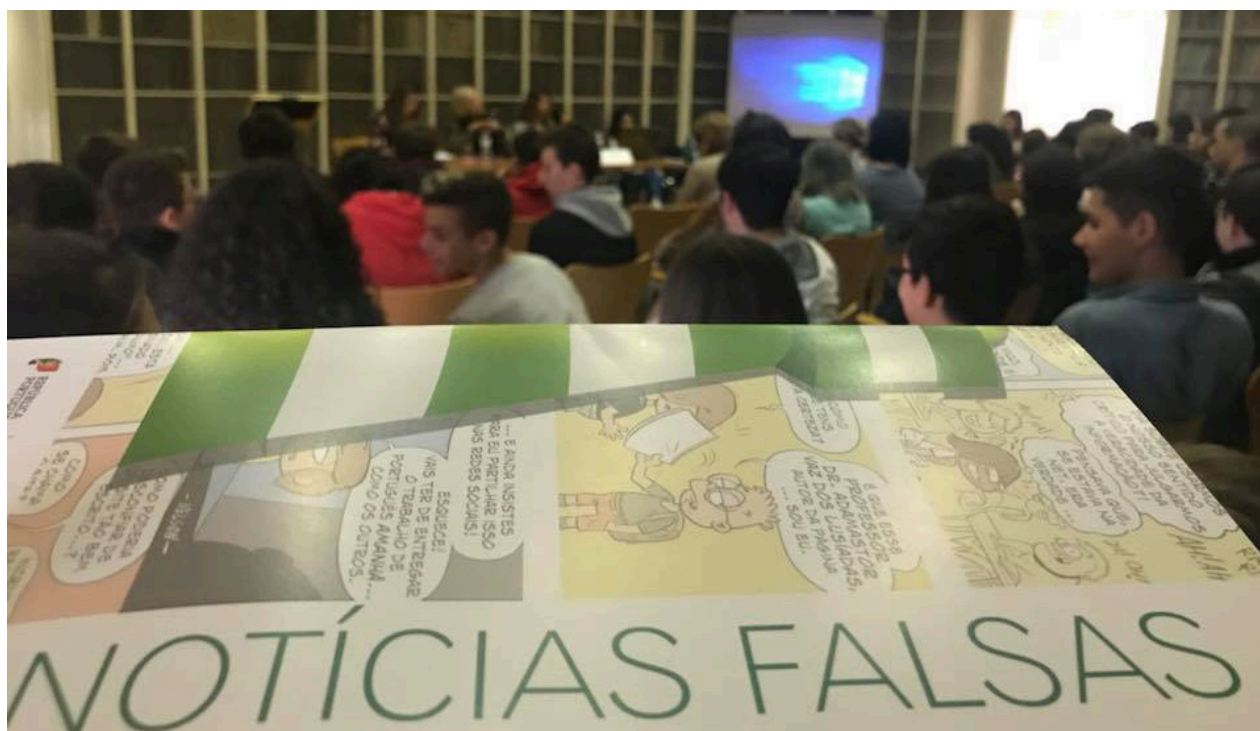
“Ouvido Crítico”, da Antena 1

“Ouvido Crítico” é um programa de rádio dedicado à Educação para os *Media* que resulta de uma parceria entre a Antena1 e o MILobs. O programa estreou a 07 de fevereiro de 2018 e é emitido semanalmente, às quartas, depois das 15h. A autoria dos conteúdos pertence ao MILobs. Cada edição tem como objetivo desmontar as mensagens que diariamente nos chegam através dos mais diversos meios de comunicação, desafiam os ouvintes a pensar nos *media* a partir de vários pontos de vista: o modo como representam a realidade; o poder que exercem na forma como vemos o mundo; a forma como estamos a consumi-los.

B. FILM - Fórum Informal de Literacia Mediática - III FILM

O III FILM - Fórum Informal de Literacia Mediática, uma iniciativa do GILM, decorreu a 09 de maio de 2018 na Biblioteca Municipal Almeida Garrett, no Porto. O evento esteve dividido em duas partes, a primeira delas dedicada ao público escolar e a segunda destinada ao público em geral.

Fig. 3 III FILM na Biblioteca Municipal Almeida Garrett, Porto



© SeguraNet

Na parte destinada ao público escolar, depois da abertura do evento, foi apresentado o painel “Notícias falsas: novos *media* e juventude”, da equipa de recursos e tecnologias educativas da Direção-Geral da Educação.

De seguida, coube a intervenção ao projeto “Líderes Digitais”, do Agrupamento de Escolas de Ílhavo, que focou o olhar de jovens do 3.º ciclo do ensino básico sobre as notícias falsas.

A segunda parte do evento consistiu numa mesa redonda intitulada “Desinformação, liberdade de expressão e educação para os *media*”, destinada ao público em geral.

O III FILM integrou a sexta edição da operação “7 Dias com os *Media*”, consistindo no seu encerramento simbólico. Estiveram presentes representantes de estabelecimentos de ensino, de instituições públicas, jornalistas, investigadores e estudantes.

Recorde-se que o Fórum Informal de Literacia Mediática é uma iniciativa criada pelo GILM com o objetivo de alargar o debate sobre temas com interesse para a promoção do conhecimento sobre os *media* a quaisquer interessados, para além das onze instituições que são membros permanentes.

IV FILM

Decorreu a 06 de dezembro de 2018, no auditório do Conselho Nacional de Educação, a quarta edição do FILM subordinada ao tema “Que Competências Para a Revolução Digital?”. A iniciativa organizada pelo CNE em conjunto com o GILM decorreu ao longo de todo o dia e registou uma forte adesão.

O Fórum pretendeu refletir e debater as questões: como qualificar os cidadãos em geral e as crianças e jovens em particular para um futuro incerto e para a cultura mediática e virtual em que vivemos imersos?; qual a situação de apetrechamento tecnológico das nossas escolas e de que profissionais dispomos para esta formação digital e mediática?; como promover tanto as competências técnicas como as de leitura crítica, de apropriação reflexiva e de comunicação?; de que modo é que os documentos que vem sendo produzidos na área têm sido incorporados pelas escolas e pelos docentes, tornando-se indutores de novas práticas docentes e de novas competências das crianças e jovens?

Com estas questões em mente, a linha condutora do fórum assentou na ideia de que literacia mediática não deverá confinar-se a uma aprendizagem centrada em ferramentas e tecnologias, deverá também procurar dotar os cidadãos das competências de pensamento crítico necessárias para emitir juízos, analisar realidades complexas e reconhecer a diferença entre factos e opiniões. Isto, tendo em vista que os cidadãos, para acederem à informação e utilizarem, analisarem de forma crítica e criarem conteúdos mediáticos de forma responsável e segura, deverão possuir elevadas competências de literacia mediática. Esta é aliás uma ideia que se encontra refletida na revisão da Diretiva dos Serviços Audiovisuais aprovada pelo Parlamento Europeu.

Em Portugal, algumas entidades têm procurado corresponder aos desafios educativos colocados pela revolução digital, nomeadamente através de orientações que sirvam de suporte a políticas públicas e à alteração de práticas pedagógicas. A nível operacional, é de referir uma iniciativa recente que visa a consecução da qualificação de 80 % da população portuguesa com competências digitais básicas: a iniciativa Portugal INCoDe.2030.

Na sessão de abertura do fórum participou o vice-Presidente do Conselho Regulador da ERC, em representação desta entidade que é membro do GILM. Este conselheiro destacou a importância da boa formação dos públicos, sobretudo

no que respeita à informação de qualidade. Acompanharam-no nesta sessão, destacando a importância da literacia mediática na atualidade, Maria Emília Brederode dos Santos e João Cravinho, da CNE.

IV FILM - Fórum Informal sobre Literacia Mediática

QUE COMPETÊNCIAS PARA A REVOLUÇÃO DIGITAL?

aquisição de competências digitais levadas a efeito por diferentes entidades. No terceiro painel do FILM foram discutidas “Competências Digitais e Mediáticas: Com que Redes?”. Os oradores discorreram acerca das diferentes formas e lugares que podem potenciar a literacia mediática. Na sessão de encerramento, foi abordado o tema “Competências Digitais e Mediáticas: Que Futuro?”.

O fórum prosseguiu com três painéis. O primeiro, levou os oradores a refletir sobre a questão “Competências Digitais e Mediáticas: De Que Falamos?”. O segundo sob o tema “Competências Digitais e Mediáticas: Como as Trabalhamos?” consistiu na exposição de quatro abordagens práticas para

C. A 6.ª edição da operação “7 Dias com os *Media*”

Tal como vem acontecendo anualmente, o calendário de iniciativas do GILM incluiu no mês de maio de 2018 a promoção da iniciativa “7 Dias com os *Media*”. Esta 6.ª edição³⁰, que, como habitualmente, se desenrolou entre 3 e 9 de maio, integrou 73 iniciativas, mais 23 do que no ano anterior (ver Figura 6). A ERC registou duas atividades como iniciativas associadas:

A ERC promoveu visitas às instalações da Rádio e Televisão de Portugal (RTP) por parte de quatro das cinco escolas envolvidas na 2ª edição do seu programa de LM em escolas abrangidas pelo programa “*Mediadores para o sucesso escolar*”.

Estas visitas fecharam essa edição do programa e ficaram inscritas na modalidade de iniciativas associadas à operação Sete Dias com os *Media*, uma vez que não ocorreram exatamente na semana que lhe é simbolicamente reservada, mas sim em períodos que lhe são próximos.

A visita foi acordada entre a ERC e a RTP, entidade com qual, recorde-se, vem desenvolvendo de parceria no contexto do GILM, de que ambas são membros permanentes.

³⁰ <http://www.7diascomosmedia.pt/iniciativas-2018/>

Fig. 4 Fotografias da visita da Escola Secundária D. João V às instalações da RTP (15 de maio de 2018)



Créditos: ERC

Fig. 5 Fotografias da sessão sobre “Direitos Humanos, Liberdade de Expressão e Liberdade de Imprensa”, realizada a 11 de maio de 2018 na Escola Seomara da Costa Primo



Fig. 6 Iniciativas registadas na semana 7 Dias com os *Media* 2018

Nº de atividades	Título da iniciativa	Autor da iniciativa
1	"Estar em mudança e desconhecer o que nos rodeia não é saudável"	Agrupamento de Escolas Morgado de Mateus – Biblioteca Escolar
2	"Leitura digital 'Bora Lá ...Vamos Ler!'"	Agrupamento de Escolas D. Dinis – Escola Básica Dr. João dos Santos
3	"O que se passa no mundo?"	Agrupamento de Escolas de Sátão
4	"7 Dias/ 7 Net – Dicas para pais e filhos"	Escola Básica Escultor António Fernandes de Sá
5	"Dependências das Tecnologias: que perigos? Que impactos?"	Agrupamento de Escolas Dr. António Granjo
6	"Comemoração da Semana da Europa" 7 a 11 de maio – "Viagem virtual pela Europa no DIA DA EUROPA" – Dia 9 de maio	Escola Secundária com 2º e 3º ciclo Clara de Resende / Agrupamento de Escolas Clara de Resende
7	"Twitter offline"	Escola Básica Integrada Infante D. Pedro, Penela
8	"Só porque a internet diz, como sabes que é verdade?"	Escola Secundária Camilo Castelo Branco
9	"Que acrescentam os <i>media</i> ?"	Escola Secundária Francisco Rodrigues Lobo
10	"Dependências das tecnologias: que perigos? Que impactos?"	Agrupamento de escolas Dr. Júlio Martins
11	"Informação e comunicação no mundo digital"	Escola Secundária de Amares
12	"Os <i>media</i> , o que são?"	Escola Básica André Soares, Braga
13	"Pensar de modo crítico os <i>media</i> : análise de notícias e artigos de opinião com a grelha FRISCO"	Escola 3.º Ciclo e Secundária S. Pedro
14	Sessão Formativa, debate e <i>workshop</i>	Agrupamento de Escolas Abade de Baçal
15	vil@doconde#no#mundo	Agrupamento de escolas D. Pedro IV, Vila do Conde
16	"Uma janela aberta para o mundo?"	Agrupamento de Escolas n.º 1 de Gondomar
17	"Comemoração do dia da internet mais segura 2018"	Escola Básica 2,3 Frei Manuel de Santa Inês – Agrupamento de Escolas Rio Tinto n.º 3
18	"Cartoons para refletir sobre os <i>media</i> "	Universidade do Minho
19	"Vamos falar sobre o YouTube?"	Universidade do Minho
20	"O Youtube Vai à Escola"	Universidade do Minho
21	"5 Maneiras de Combater Uma das Maiores Ameaças da internet"	Universidade do Minho
22	"O Instagram e o seu algoritmo"	Universidade do Minho
23	"You look, but can you really see?"	Universidade do Minho
24	"A Literacia para os <i>Media</i> no contexto educativo"	Universidade do Minho
25	"Bastidores da Publicidade"	Universidade do Minho
26	"Cyberbullying – O problema da internet"	Universidade do Minho
27	"Conecta-te"	Universidade do Minho
28	"As crianças e a sua perceção da publicidade"	Universidade do Minho
29	"Passar Fake News a Pente Fino"	Universidade do Minho
30	"7 Dias com os <i>Media</i> "	Universidade do Minho
31	"Olimpíadas Mediáticas"	Universidade do Minho
32	"As crianças e a televisão: o papel da televisão na aprendizagem"	Universidade do Minho
33	"És publiterado?"	Universidade do Minho
34	"Os idosos e os <i>gadgets</i> "	Universidade do Minho
35	"Debate sobre as redes e a Liberdade de Expressão"	Universidade do Minho – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
36	"Interação com os <i>media</i> nos tempos livres"	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
37	"Influência das Redes Sociais nos jovens"	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
38	"Um Mundo Com Seguidores" – <i>Workshop</i>	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
39	"Capacidade crítica, tens?"	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
40	"A rádio e seu funcionamento"	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
41	"Chroma Key"	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
42	"O Impacto do Terror através do Cinema"	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
43	"Influência dos videojogos e animações na população"	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

44	"7 dias sem as redes sociais"	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
45	"Respostas na Ponta da Língua"	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
46	"Just Logout"	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
47	"Rádio <i>online</i> , música eletrónica, eventos e festivais. A importância na sociedade contemporânea"	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
48	"Os destroços da Síria ao olhar da sociedade"	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
49	" <i>VERSUS</i> : Meios de comunicação tradicionais vs. Meios de comunicação modernos"	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
50	"Would You Rather – Versão <i>Media</i> "	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
51	Improviso CoMédia"	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
52	"Consumo dos <i>Media</i> por faixa etária"	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
53	"Os consumos dos <i>media</i> na participação cívica e política dos cidadãos"	Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
54	"Letras Prá Vida: Repórteres seniores por um dia"	Escola Superior de Educação de Coimbra, Associação ICreate, Município de Vila Nova de Poiares
55	"Projeto Literacia Jornalística _Prémio Reportagem"	Escola Superior de Comunicação Social / Instituto Politécnico de Lisboa
56	"Dia Aberto do Curso de Jornalismo"	Escola Superior de Comunicação Social / Instituto Politécnico de Lisboa
57	" <i>Media Talks</i> : Comunicar (com) Liberdade & Responsabilidade"	Escola Superior de Comunicação Social – Instituto Politécnico de Lisboa
58	Encontro sobre Literacia para os " <i>Media</i> – experiências no Alentejo"	Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico de Portalegre
59	"Que mundo nos mostram os <i>media</i> ?"	Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra
60	"Observatório do género"	Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra
61	"Inquérito <i>online</i> sobre hábitos de uso de <i>media</i> e de <i>multitasking</i> com <i>media</i> "	DIGIMEDIA – Departamento de Comunicação e Arte – Universidade de Aveiro
62	"Blogs e clubes de leitura: duas vias para a literacia"	Clube Leitura Conversas Livrásticas
63	"A Imprensa é o garante da Democracia"	Blogue Largo do Beco
64	"III Fórum Informal sobre Literacia para os <i>Media</i> "	GILM
65	"III Encontro Nacional de Educação para os <i>Media</i> "	Direção-Geral da Educação, Plano Nacional de Leitura 2027, Rede de Bibliotecas Escolares
66	"O que é a verdade? o que é a ilusão? na vida, nas redes sociais, no amor..."	Nova Acrópole Oeiras-Cascais
67	"Tecnologia – entre o vício e a virtude"	Nova Acrópole de Viseu
68	"Diálogos sobre Ser ou Parecer: a nova realidade da Internet e das Redes Sociais"	Nova Acrópole de Lisboa
69	"Liberdade de Imprensa: novos desafios"	Sindicato dos Jornalistas
70	"Em nome do Jornalismo"	Sindicato dos Jornalistas
71	"Serviço Público de <i>Media</i> e Literacia Mediática"	Rádio e Televisão de Portugal
72	"Visita às instalações da RTP por quatro escolas integradas na segunda edição do programa de literacia mediática da ERC em escolas EPIS"	Entidade Reguladora para a Comunicação Social
73	"Ação de literacia mediática promovida pela ERC - Direitos Humanos, Liberdade de Expressão e Liberdade de Imprensa"	Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Fonte: GILM

D. O V Congresso Literacia, *Media* e Cidadania

A preparação do V Congresso Literacia, *Media* e Cidadania³¹, ocorrido já em 2019, nos dias 03 e 04 de maio, na Universidade de Aveiro, foi a iniciativa que ocupou grande parte do tempo de trabalho do GILM ao longo de 2018. O evento assinalou uma década de existência do grupo.

³¹ Todas as informações sobre esta iniciativa podem ser encontradas online em <http://www.congressolmc.pt/>.



Em linha com as preocupações e tendências de reflexão que surgem no campo mediático, o GILM adotou como linha temática para a quinta edição do congresso a tríade “Tecnologia, Desinformação e Ética”. Ao longo de dez anos de atividade do GILM muito se alterou no panorama mediático, com a crescente digitalização dos *media* – a consequente migração para plataformas digitais, novas formas de disponibilização e de consumo, bem como novos formatos e conteúdos – e a fragmentação das audiências. Outros fenómenos, como a desinformação, alcançaram especial importância no decurso desta década pela dimensão que assumiram. Os *smartphones* vieram, neste período, revolucionar a forma como nos relacionamos com a tecnologia e a informação, permitindo a conexão ininterrupta.

Deste modo, num olhar para a próxima década vislumbra-se que abrir-se-á uma infinidade de novidades e a Inteligência Artificial e a Realidade Virtual terão decerto um papel fundamental no modo de vida futuro.

A perspetiva de abordagem desta realidade que o congresso lançou para reflexão foi a de se olhar as competências compreendidas no que se convencionou designar como Literacia para os *Media* como chave para fazer com que estas novas tecnologias e serviços potenciem os seres humanos e não os prejudiquem.

Assim, o V Congresso Literacia, *Media* e Cidadania foi preparado ao longo de 2018 sobre a assunção de que há um papel fundamental a desempenhar pelos promotores da Literacia Mediática no que respeita ao conhecimento e compreensão dos novos serviços e tecnologias, no incremento do sentido crítico na sua utilização e na resposta às questões éticas que levantam.

4. CONTEXTO INTERNACIONAL - ATIVIDADES INTERNACIONAIS RELACIONADAS COM LM, 2018

O trabalho desenvolvido pela ERC no contexto internacional, em 2018, decorreu no âmbito das atividades de três entidades: PRAI – Plataforma de Reguladores do Audiovisual Ibero-americanos, EPRA – *European Platform of Regulatory Authorities* e CAA – *Consejo Audiovisual de Andalucía*.

A participação da ERC nas atividades da PRAI



A PRAI – *Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual Iberoamericanos*, de que a ERC faz parte em conjunto com entidades congéneres³² de Argentina, Chile, Espanha, Peru, Uruguai, México, Colômbia e Brasil, mais a Costa Rica e Marrocos na qualidade de membros observadores, consiste numa plataforma de intercâmbio de experiências regulatórias e recursos, coordenação de atuação e eventos, e sobretudo visa produzir um substrato académico e de investigação que sirva de sustentação à tomada de decisões regulatórias.

Na persecução destes objetivos, a PRAI reuniu na Cidade do México a 24 e 25 de setembro de 2018 para a realização da Terceira Assembleia Geral Ordinária, onde a ERC esteve representada.

³² <http://prai.tv/miembros/>

Neste encontro estiveram em discussão diversos temas, sendo que no segundo dia (25 de setembro de 2018) ocorreram duas sessões de trabalho destinadas a discutir assuntos de interesse comum dos membros relacionados com a ação regulatória e com a possibilidade de serem levados a efeito estudos e investigação conjunta em termos de consumo audiovisual.

A LM foi tema em discussão na primeira delas, intitulada "*Session de Trabajo Regulación*". O tema integrou a primeira parte desta sessão, que serviu para a partilha de experiências de regulação existentes em diversos âmbitos de atuação de cada regulador.

A sessão teve três linhas orientadoras do trabalho:

1. Partilhar informação sobre regulação de cada entidade membro e discutir sobre o estado atual da mesma e desenvolvimentos que se afiguram no curto e longo prazo;
2. Os presentes no grupo de trabalho devem selecionar entre os temas propostos para discussão em função dos interesses e experiências das suas instituições;
3. Mediante os temas de interesse de cada regulador, os seus representantes na sessão de trabalho devem estar munidos de legislação, disposições regulatórias e exemplos de boas práticas e/ou autorregulação existentes nos seus países ou implantadas pelas suas instituições.

Esta sessão de trabalho teve como propósitos lançar um estudo comparado de regulação e boas práticas entre os membros da PRAI; gerar um depósito de informação em matéria regulatória e estabelecer a emissão de recomendações por parte da PRAI, enquanto entidade independente, sobre temas específicos comuns às entidades que integram a plataforma.

Em dezembro de 2018, a ERC respondeu ainda a um Questionário da PRAI cujo principal objetivo seria sistematizar algumas das principais informações sobre o campo da LM no contexto nacional de cada Estado membro, assim como permitir identificar as ações que vêm desenvolvendo.

A participação da ERC nas atividades da EPRA

Na qualidade de membro da EPRA – *European Platform of Regulatory Authorities*, a ERC participou no 48.º encontro da plataforma que decorreu em Bratislava a 12 e 13 de outubro de 2018.

A relevância da LM no trabalho da EPRA tem-se vindo a sedimentar ao longo do tempo, sendo que em 2018, no âmbito do plano de atividades da plataforma para o ano, foi formado um grupo de trabalho – **Taskforce for Media Literacy** – destinado a responder com ações concretas às preocupações dos reguladores membros da plataforma. Depois de reunir em duas ocasiões, o Grupo acabou por se extinguir no final de 2018, com a EPRA a assumir que, ainda assim, dado o interesse permanente na matéria por parte dos seus membros, continuará a incluir a LM no espectro das suas atividades em 2019.

O primeiro encontro contou com a participação de 22 representantes de entidades reguladoras europeias e teve como principal foco a produção de linhas orientadoras em formato de lista sobre como estabelecer uma rede de LM ao nível nacional, uma vez que a investigação levada a efeito no seio da EPRA tem mostrado que o trabalho em colaboração com outros *stakeholders* é uma prioridade para muitos reguladores.

O documento produzido na reunião foi adotado pelo grupo de trabalho a 22 de maio, sob o título “*Guidelines on how to establish Media Literacy Networks*”³³.

A segunda reunião deste grupo de trabalho decorreu em Bratislava, à margem do 48.º encontro da EPRA, no qual a ERC participou. Neste encontro, os delegados de 28 membros da EPRA juntaram-se à reunião, encontrando-se todos em diferentes fases de desenvolvimento da sua abordagem à promoção da ML de acordo com os seus deveres e obrigações.

A reunião debruçou-se sobre a implantação das linhas orientadoras aprovadas na primeira reunião e, tendo em vista a sua adoção pelos reguladores ao nível nacional, adotou dois documentos:

- “*Top Tips for evaluating Media Literacy projects*”, da autoria de Stephanie Comey (BAI, IE)³⁴;
- “*Top Tips on encouraging stakeholders’ engagement*”, da autoria de Tone Gunhild Haugan-Hepsø (NMA, NO)³⁵.

O primeiro documento, concebido pelo regulador da Irlanda, consiste num modelo de avaliação para as iniciativas de LM levadas a efeito no terreno. O modelo divide-se em duas secções, sendo a primeira uma descrição do Modelo de Avaliação Kirkpatrick em Quatro Níveis, tido pela autora do como um modelo útil na conceção de um modelo de avaliação para as iniciativas de LM na Irlanda. A segunda secção lista quatro pistas a ter em conta na avaliação das iniciativas de LM.

O regulador norueguês – *Norwegian Media Authority (NMA)* – construiu uma lista de orientações que, segundo a experiência de vários anos deste regulador no trabalho com *stakeholders*, servem para motivar estes atores sociais a tomar parte em iniciativas de LM.

O trabalho da NMA com *stakeholders* iniciou em 2011, quando, em parceria com o Ministério da Cultura da Noruega, constituiu uma rede nacional de LM que consiste na base do trabalho do regulador na área. A rede permite manter uma visão de nível nacional sobre as iniciativas, investigação, projetos e ações desenvolvidas. Cabe à NMA coordenar o funcionamento do grupo, assegurar que os seus membros reúnem duas vezes por ano e que partilham uma plataforma de comunicação. O trabalho efetuado no âmbito desta rede resultou em várias iniciativas incluindo investigação, seminários, inquéritos e campanhas.

O grupo de trabalho refletiu ainda sobre as novas provisões acerca da LM a incluir na revisão da Diretiva do Audiovisual (AVMSD). Foram discutidas possíveis oportunidades de financiamento e também o trabalho sobre LM em curso sob a liderança do Comité de Especialistas do Conselho da Europa tendo em vista a promoção de um ambiente favorável ao jornalismo de qualidade na era digital.

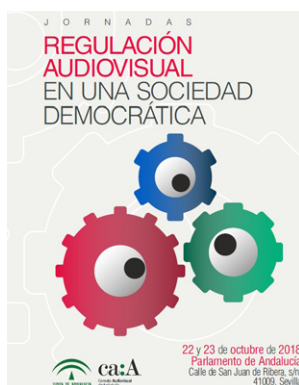
No 48.º Encontro da EPRA em que a ERC se fez representar foi apresentado um relatório sobre a atividade da *Media Literacy Taskforce* pela especialista Martina Chapman. Esta intervenção ocorreu no primeiro dia do encontro (11 de outubro de 2018).

³³ <https://www.epra.org/attachments/media-literacy-networks-guidelines>

³⁴ https://cdn.epra.org/attachments/files/3439/original/EPRA_MIL_Evaluation_TopTips.pdf?1539703898

³⁵ https://cdn.epra.org/attachments/files/3440/original/EPRA_MIL_Toptips_on_stakeholders_engagement.pdf?1539704384

Jornadas Anuais do CAA - *Consejo Audiovisual de Andalucía*



A ERC esteve representada nas jornadas anuais do CAA – *Consejo Audiovisual de Andalucía* que deram pelo tema “*Regulación Audiovisual en las Sociedades Democráticas*” e decorreram a 22 e 23 de outubro, em Sevilha. O evento teve lugar no Parlamento andaluz e contou com a intervenção de especialistas em diversas áreas relacionadas com o audiovisual.

As jornadas do CAA foram compostas por quatro mesas redondas de discussão, sendo que o tema da LM integrou a terceira. Coube ao especialista José Manuel Pérez Tornero, professor catedrático de Jornalismo e Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Barcelona, fazer uma reflexão sobre a LM no cenário atual do audiovisual.

Ofcom quarterly media literacy update (January – March 2018)

O Ofcom, regulador dos *media* em Inglaterra, solicita anualmente à ERC, sua congénere, uma atualização das atividades de Literacia Mediática em desenvolvimento no primeiro trimestre de 2018.

Em resposta a esta solicitação é enviada uma breve explicação das atividades previstas, designadamente, as ações resultantes da colaboração entre a EPIS e a ERC já mencionadas acima e um conjunto de ações desenvolvidas na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Ao Ofcom foi ainda relatada a participação da ERC na promoção da sexta edição da operação “7 Dias com os *Media*”, também explanada acima.

ALTERAÇÕES INTRODUZIDAS À DIRETIVA 2010/13/UE (DIRETIVA “SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL AUDIOVISUAL”) PELA DIRETIVA (UE) 2018/1808

1. VISÃO GLOBAL

A publicação oficial, em 28 de novembro de 2018, do texto da Diretiva (UE) 2018/1808³⁶ materializa o encerramento de um extenso processo dirigido à alteração da Diretiva 2010/13/UE (“Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual”)³⁷, formalmente desencadeado em 25 de maio de 2016, com a apresentação, pela Comissão Europeia, de uma proposta³⁸ nesse preciso sentido.

O texto aprovado representa o resultado do compromisso obtido entre o Parlamento Europeu e o Conselho enquanto principais intervenientes no processo de codecisão relativo a esta iniciativa, estreitamente associada à denominada “Estratégia para o Mercado Único Digital na Europa”³⁹, e tendente a adaptar a “Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual” às alterações registadas no setor e a possibilitar respostas adequadas às questões decorrentes dessas alterações ou a estas associadas.

Em causa estava assegurar a preservação de um mercado interno centrado na oferta e circulação de serviços de comunicação social audiovisual (e outros com estes conexos) na União Europeia, através do território dos seus Estados-membros.

As modificações introduzidas à Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual têm evidentes implicações nos ordenamentos jurídicos internos de cada Estado-membro, não apenas pela natureza intrínseca da Diretiva enquanto fonte de direito da União Europeia⁴⁰, como também pelo facto de ter por objeto serviços dotados de notória especificidade (e relevância) nos planos cultural, político e económico.

A transposição, por parte de cada Estado-membro, das alterações ora introduzidas à Diretiva 2010/13/UE deverá estar concluída até 19 de setembro de 2020 (Cf. o seu artigo 2.º, n.º 1, da Diretiva (UE) 2018/1808).

Neste particular, importa deixar claro que a Diretiva não visa uma harmonização completa das regras relativas à prestação de serviços de comunicação social audiovisual (e também, doravante, de serviços de plataforma de partilha de vídeos). Tem-se em vista, tão-só, a instituição de um conjunto de regras mínimas, reportadas a um conjunto de domínios coordenados, relativos à prestação desses serviços, e que admitem a adoção de regras mais exigentes e/ou mais pormenorizadas por parte de cada Estado-membro, contanto que essas regras não infrinjam o direito da União Europeia e que serão aplicáveis aos fornecedores de serviços sujeitos à sua jurisdição (artigos 4.º, n.º 1, e 28.º-B, n.º 6, da Diretiva 2010/13/UE).

Apesar de, conforme decorre do exposto, não ser possível antecipar qual o concreto resultado que advirá da transposição, por parte do Estado português, das soluções vertidas na Diretiva (UE) 2018/1808, afigura-se, ainda assim, útil sumariar as principais alterações introduzidas por este instrumento à Diretiva 2010/13/UE.

³⁶ JOUE L 303, de 28 de novembro de 2018, pp. 69 e ss.

³⁷ 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»)

³⁸ Doc. COM (2016) 287 final, de 25 de maio de 2016.

³⁹ Doc. COM (2015) 192 final, de 6 de maio de 2015.

⁴⁰ Cf. artigo 288.º, §3, do “Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia” (JOUE C 83, de 30 de março de 2010, pp. 47 ss.): «A diretiva vincula o Estado-membro quanto ao resultado a alcançar, deixando, no entanto, às instâncias nacionais a competência quanto à forma e aos meios.»

É essa tarefa que se passa de imediato a concretizar – e que é, naturalmente, diversa daquela a empreender pela ERC no ano em curso e destinada a avaliar as possíveis leituras e consequências da revisão da Diretiva “Serviços de Comunicação Social Audiovisual” na legislação portuguesa e nas práticas regulatórias nacionais⁴¹.

2. DEFINIÇÕES

Artigo 1.º, n.º 1, als. a), a-A), b), b-A), b-B), d-A), h) e k), da Diretiva 2010/13/UE

As alterações imprimidas à Diretiva 2010/13/EU repercutiram-se, desde logo, em algumas das suas definições operativas.

Foram **reformuladas** no n.º 1 do artigo 1.º da Diretiva as definições de «serviço de comunicação social audiovisual», de «programa», de «comunicação comercial audiovisual», de «patrocínio», e de «colocação de produto».

A definição de «serviço de comunicação social audiovisual» (al. a) foi revista por forma a nela incluir doravante a referência a conteúdos e formas audiovisuais assimiláveis a uma “parte dissociável” da atividade principal desse mesmo serviço.

As modificações introduzidas à definição de «programa» (al. b) visam, por um lado, sublinhar a irrelevância da duração das imagens em movimento que, com ou sem som, constituem no seu conjunto um elemento autónomo da grelha de programas ou do catálogo⁴² de um fornecedor de serviços de comunicação social audiovisual, e, por outro lado, incluir os *videoclips* entre os exemplos de programas objeto de expressa referência no enunciado normativo.

As alterações operadas às definições de «comunicação comercial audiovisual» (al. h) e de «colocação de produto» (al. m) limitaram-se a incluir nos seus respetivos enunciados uma referência aos vídeos gerados por utilizadores, a par dos programas, enquanto realidades passíveis de incluírem ou de serem acompanhadas por mensagens audiovisuais de índole promocional.

Por fim, a mudança imprimida à definição de «patrocínio» (al. k) teve por objetivo o de nela acolher os serviços de plataformas de partilha de vídeos e os vídeos gerados por utilizadores, quer por referência (pela negativa) ao universo de sujeitos aptos a prestar esta modalidade de comunicação comercial, quer (pela positiva) quanto às realidades passíveis de beneficiar deste tipo de contribuição.

Por seu turno, surgem também no n.º 1 as **novas** definições de «serviços de plataformas de partilha de vídeos” (al. a-A), de «vídeo gerado pelos utilizadores” (al. b-A), de «decisão editorial» (al. b-B) e de «fornecedor de plataformas de partilha de vídeos” (al. d-A).

⁴¹ Cf. “Plano de Actividades da ERC para 2019”, disponível em <https://www.flipsnack.com/ERCpt/plano-de-atividades-da-erc-para2019/full-view.html>.

⁴² Eliminou-se também aqui, neste particular, a comparabilidade à «forma e conteúdo de uma emissão televisiva», porventura por se ter entendido tal equiparação como desajustada ou redutora.

3. ÂMBITO DE APLICAÇÃO

Artigos 1.º, n.º 1, als. a), a-A), b-A) e d-A); 2.º, n.º 1; e 28.º-B, da Diretiva 2010/13/UE
Considerandos 3, 4, 5 e 6 da Diretiva (UE) 2018/1808

A Diretiva continuará a disciplinar os **serviços de comunicação social audiovisual**, isto é, serviços constituídos por emissões televisivas ou por serviços audiovisuais a pedido e cuja principal finalidade assenta na oferta de programas destinados a informar, distrair ou educar, sob a responsabilidade editorial do respetivo fornecedor.

Contudo, e por força da ampliação da sua respetiva definição⁴³, estes serviços passam doravante a abranger também a oferta de conteúdos e formas audiovisuais que possam considerar-se como «partes dissociáveis» da atividade principal⁴⁴ do respetivo fornecedor.

A Diretiva passará a disciplinar, também, certos aspetos⁴⁵ relativos aos **serviços de plataformas de partilha de vídeos**. A principal finalidade destes serviços ou de uma parte dissociável dos mesmos, ou uma sua funcionalidade essencial⁴⁶, assenta na oferta de programas e/ou de vídeos gerados por utilizadores, destinados a informar, distrair ou educar.

A organização da oferta destes serviços é determinada pelo fornecedor da plataforma de partilha de vídeos, mas este não detém sobre aqueles qualquer responsabilidade editorial (artigo 1.º, n.º 1, alínea a-A).

E a Diretiva passará a aplicar-se, ainda, aos **serviços de redes sociais**,⁴⁷ «na medida em que [estes] satisfaçam a definição de serviço de plataforma de partilha de vídeos»⁴⁸ ou «se o fornecimento de programas e de vídeos gerados pelos utilizadores constituir uma das suas funcionalidades essenciais»⁴⁹.

4. JURISDIÇÃO

Artigos 2.º e 30.º-A, n.º 1, da Diretiva 2010/13/UE
Considerandos 7 e 8 da Diretiva (UE) 2018/1808

A Diretiva (UE) 2018/1808 abstém-se de estabelecer critérios de jurisdição complementares aos já existentes e aplicáveis aos **serviços de comunicação social audiovisual**. Os critérios primários já previstos na Diretiva 2010/13/UE («sede social», «decisões editoriais», «parte significativa do pessoal implicado na realização da atividade», «Estado-membro onde se inicia a atividade») foram essencialmente mantidos, ainda que com duas ressalvas de alguma importância:

⁴³ Supra, 1.

⁴⁴ Afirma-se no considerando 3 da Diretiva (UE) 2018/1808 que «o requisito da finalidade principal deverá ser igualmente considerado cumprido se o serviço tiver conteúdos e formas audiovisuais dissociáveis da atividade principal do prestador de serviços», e que «um serviço deverá ser considerado como um mero complemento indissociável da atividade principal se existirem elos entre a oferta audiovisual e a atividade principal (...)».

⁴⁵ Infra, n.º 16.1. e 2.

⁴⁶ De acordo com o considerando 5 da Diretiva (UE) 2018/1808, a Comissão Europeia tem o encargo de emitir orientações sobre a aplicação prática do critério da "funcionalidade essencial" da definição de serviços de plataforma de partilha de vídeos.

⁴⁷ Para os quais a Diretiva não contém uma definição expressa: artigo 1.º, n.º 1, a contrario.

⁴⁸ Considerando 4, in fine, da Diretiva (UE) 2018/1808.

⁴⁹ Considerando 5 da Diretiva (UE) 2018/1808.

- Por um lado, o critério relativo às «decisões editoriais» é doravante objeto de definição autónoma no artigo 1.º, n.º 1, al. b-B), estando a mesma estreitamente relacionada com a definição de «responsabilidade editorial» já fixada no artigo 1.º, n.º 1, al. c);
- Por outro lado, o critério referente à «parte significativa do pessoal envolvido na realização da atividade de fornecimento de serviços de comunicação social audiovisual» foi precisado, no sentido de restringir essa «parte significativa» àquela especificamente envolvida ou «relacionada com a programação»: artigo 2.º, n.º 3, al. b).

É prevista uma nova obrigação relativa à adoção, atualização permanente e disponibilização de uma lista centralizada dos serviços⁵⁰ de comunicação social audiovisual sujeitos a dada jurisdição em concreto e dos critérios para o efeito utilizados, num esforço concertado que envolve os Estados-membros, as autoridades reguladoras nacionais competentes e a Comissão Europeia (artigo 2.º, n.ºs 5-A e 5-B, e considerando 7 da Diretiva (UE) 2018/1808).

É ainda instituído um procedimento de cooperação entre Estados-membros e a Comissão (envolvendo ainda o ERGA e o Comité de Contacto) para a resolução de desacordos na determinação de jurisdição em resultado da aplicação dos artigos 3.º ou 4.º da Diretiva (artigo 2.º, n.º 5-C, e considerando 8 da Diretiva (UE) 2018/1808).

Por fim, cabe aos Estados-membros instituírem um sistema de intercâmbio de informações das autoridades reguladoras nacionais entre si e entre estas e a Comissão, para a aplicação do artigo 2.º da Diretiva (artigo 30.º-A, n.º 1).

Os **serviços de plataformas de partilha de vídeos** são também objeto de regras próprias em sede de jurisdição, adiante sumarizadas⁵¹.

5. LIBERDADES DE RECEÇÃO E DE RETRANSMISSÃO

Artigos 3.º e 30.º-A, n.º 1, da Diretiva 2010/13/UE
Considerandos 9 e 10 da Diretiva (UE) 2018/1808

O país de origem é preservado como princípio básico da Diretiva (Cf. considerando 33 da Diretiva 2010/13/UE), sem prejuízo de algumas modificações das regras e dos mecanismos derogatórios das liberdades de receção e retransmissão de serviços e de “combate” à deslocalização.

As modificações introduzidas no âmbito do artigo 3.º da Diretiva 2010/13/UE são essencialmente animadas do propósito de aplicar doravante as mesmas regras aos serviços lineares e não lineares em matéria de derrogações à liberdade de receção e de retransmissão (cujo princípio é mantido no n.º 1), doravante dispersas por três tipos de procedimentos distintos (consoante estejam em causa, respetivamente, e por um lado, condutas de incitamento à violência ou ódio, ou ofensivas da proteção devida a menores, ou atentados à saúde pública, ou, por outro lado, o incitamento a infrações terroristas ou atentados à segurança pública e, neste segundo grupo de hipóteses, consoante se registre ou não uma situação de urgência) e sujeitos a formalidades e prazos de decisão variáveis (Cf. respetivamente os n.ºs 2, 3 e 5 do artigo 3.º).

⁵⁰ O artigo 2.º, n.º 5-B, refere-se neste particular aos «fornecedores de serviços de comunicação social» sob a jurisdição de cada Estado-membro, mas em rigor a jurisdição é aferível quanto aos «serviços de comunicação social audiovisual» propriamente ditos. Inclusive, e no limite, um mesmo fornecedor pode ter serviços sujeitos a diferentes jurisdições.

⁵¹ Infra, n.º 16.1.

De notar, ainda, a aceitação de restrições à transmissão (mas não já à retransmissão) de serviços com base em regras não abrangidas pelos domínios coordenados da AVMS (*vide* considerando 10).

Por outro lado, cabe aos Estados-membros instituírem um sistema de intercâmbio de informações das autoridades reguladoras nacionais entre si e entre estas e a Comissão para a aplicação do artigo 3.º da Diretiva (artigo 30.º-A, n.º 1).

6. DESLOCALIZAÇÕES

Artigos 4.º e 30.º-A da Diretiva 2010/13/UE
Considerando 11 da Diretiva (UE) 2018/1808

As regras em matéria de deslocalizações passam doravante a aplicar-se também aos serviços não lineares.

O regime ganhou alguma complexidade, merecendo destaque o facto de ser exigida a demonstração da evasão praticada, embora não seja necessária a prova de que o fornecedor de serviços teve a intenção de evitar a aplicação de regras mais rigorosas (artigo 4.º, n.º 3, al. b), e considerando 11). Além disso, são precisados alguns dos termos por que em concreto se deve concretizar a cooperação entre os Estados-membros para o efeito, salientando-se que esta deve ser «leal e rápida», e as informações fornecidas numa base «periódica», etc. (artigo 4.º, n.º 2, al. b). São também enfatizados os direitos de defesa do fornecedor de serviços em causa (artigo. 4.º, n.º 4, al. b).

Por outro lado, cabe aos Estados-membros instituírem um sistema de intercâmbio de informações das autoridades reguladoras nacionais entre si e entre estas e a Comissão para a aplicação do artigo 4.º da presente Diretiva (artigo 30.º-A, n.ºs 1, 2 e 3).

7. AUTORREGULAÇÃO E CORREGULAÇÃO

Artigos 4.º-A; 6.º-A, n.ºs 3 e 4; 9.º, n.ºs 3 e 5; e 28.º-B, n.ºs 4, 9 e 10, da Diretiva 2010/13/UE
Considerandos 12,13,14, 28, 29, 30, 31, 49 e 58 da Diretiva (UE) 2018/1808

A Diretiva confere particular atenção e importância aos mecanismos de autorregulação e à corregulação ao longo do seu articulado.

Assim, e desde logo, é tarefa dos Estados-membros incentivarem o recurso à corregulação e o fomento da autorregulação, através de códigos de conduta adotados a nível nacional nos domínios coordenados pela Diretiva (artigo 4.º-A, n.º 1).

Por outro lado, e em cooperação com a Comissão, os Estados-membros podem fomentar a autorregulação através de códigos de conduta da União, elaborados e concebidos de molde a serem amplamente aceites pelas principais partes interessadas a nível da União, e aplicáveis sem prejuízo dos códigos de conduta nacionais (artigo 4.º-A, n.º 2) e de regras mais rigorosas ou pormenorizadas aprovadas pelos Estados-membros em conformidade com a Diretiva e com o direito da União (artigo 4.º-A, n.º 3)

Estas orientações encontram concretização específica relativamente ao fornecimento de conteúdos audiovisuais prejudiciais a menores (artigo 6.º-A, n.ºs 3 e 4); a comunicações comerciais audiovisuais relativas a bebidas alcoólicas (artigo 9.º, n.º 3 e 5) e a alimentos e bebidas com nutrientes e substâncias com efeitos nutricionais ou fisiológicos (artigo 9.º, n.ºs 4 e 5); e à execução, por parte de fornecedores de plataformas de partilha de vídeos, de medidas adequadas ao cumprimento de deveres que sobre estes recaem (artigo 28.º-B, n.ºs 4, 9 e 10, e *infra*, n.º 15).

8. INFORMAÇÕES RELATIVAS A FORNECEDORES DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL AUDIOVISUAL

Artigo 5.º da Diretiva 2010/13/UE
Considerandos 15 e 16 da Diretiva (UE) 2018/1808

Em aditamento à já existente obrigação de disponibilizar um acesso fácil, direto e permanente a um conjunto de informações relativas aos fornecedores de serviços de comunicação social audiovisual (nome, endereço, elementos de contacto, etc.), é facultada aos Estados-membros a possibilidade de preverem obrigações nesse sentido a respeito da estrutura da propriedade dos fornecedores de serviços, as quais deverão respeitar os direitos fundamentais em causa, além de serem necessárias, proporcionais e orientadas a um objetivo de interesse geral (artigo 5.º, n.º 2).

9. INCITAMENTOS À VIOLÊNCIA OU AO ÓDIO E À PRÁTICA DE INFRAÇÕES TERRORISTAS

Artigo 6.º da Diretiva 2010/13/UE
Considerandos 17 e 18 da Diretiva (UE) 2018/1808
Artigo 21.º da Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia
Artigo 5.º da Diretiva (UE) 2017/541

São introduzidas assinaláveis alterações à formulação do artigo 6.º da Diretiva e respetivo objeto. Os Estados-membros têm obrigação de assegurar através de medidas necessárias e proporcionais, e sem prejuízo da salvaguarda dos direitos e princípios consagrados na Carta (n.º 2), *maxime* o respeito e proteção pela dignidade humana (n.º 1), que os serviços de comunicação social audiovisual não veiculem incitamentos à violência ou ao ódio (n.º1, al. a)) ou à prática de infrações terroristas (n.º1, al. b)). No primeiro caso, a incidência da norma atual é substancialmente ampliada, por força da sua remissão para os fundamentos utilizados no artigo 21.º da Carta dos Direitos Fundamentais da UE⁵² para a proibição de práticas discriminatórias⁵³. No segundo caso, essa remissão é feita para o artigo 5.º da Diretiva (UE) 2017/541⁵⁴ e para os contornos da tutela penal aí preconizada para esse tipo de conduta.

10. PROTEÇÃO DE MENORES

Artigos 4.º-A, n.ºs 1 e 2; 6.º-A; 12.º (suprimido); e 27.º (idem), da Diretiva 2010/13/UE
Considerandos 19, 20, 21 e 51 da Diretiva (UE) 2018/1808

Os arts. 12.º (serviços não lineares) e 27.º (serviços lineares) da Diretiva 2010/13/UE são suprimidos e substituídos por um novo artigo 6.º-A, que se propõe unificar o regime aplicável a uns e a outros, por via de uma harmonização mínima.

Entre outras consequências, desaparece a discutida distinção entre programas suscetíveis de afetar gravemente (ou de afetar seriamente, no caso dos serviços não lineares) o desenvolvimento de menores e aqueles “apenas” suscetíveis de prejudicar esse desenvolvimento.

⁵² JOUE C 83 de 30.03.2010, pp. 391 ss.

⁵³ A saber: sexo, raça, cor ou origem étnica ou social, características genéticas, língua, religião ou convicções, opiniões políticas ou outras, pertença a uma minoria nacional, riqueza, nascimento, deficiência, idade ou orientação sexual, nacionalidade.

⁵⁴ Diretiva (UE) 2017/541, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 15 de março de 2017, relativa à luta contra o terrorismo e que substitui a Decisão-Quadro 2002/475/JAI do Conselho e altera a Decisão 2005/671/JAI do Conselho (JOUE L 99 de 31.03.2017, pp. 6 ss.).

Doravante, a regra uniforme passará a ser a de que os conteúdos tidos por nocivos a menores apenas poderão ser disponibilizados de forma a que estes normalmente não vejam nem ouçam tais conteúdos, mediante «medidas proporcionadas» aos danos potenciais desses mesmos conteúdos.

Subsistem, contudo, ainda resquícios da distinção acima apontada, ao sujeitar-se a «medidas o mais rigorosas possível» a disponibilização de conteúdos mais nocivos, de que se apontam como exemplos cenas de violência gratuita e pornografia.

É interdita a utilização para fins comerciais dos dados pessoais recolhidos ou gerados no âmbito das medidas técnicas de proteção ora referidas.

Os fornecedores de serviços lineares e não lineares deverão prestar informações suficientes aos «telespectadores»⁵⁵ sobre os conteúdos nocivos por eles disponibilizados, através de um sistema descritivo para o efeito. Cabe aos Estados-membros incentivar a corregulação para a efetivação deste propósito.

Por seu turno, os fornecedores de serviços de comunicação social audiovisual serão incentivados pela Comissão a procederem ao intercâmbio de melhores práticas sobre os códigos de conduta em matéria de corregulação. E também a autorregulação poderá ser fomentada neste particular (pela Comissão e Estados-membros) por via dos códigos de conduta da União referidos no art.º 4.º-A, n.º 2.

11. ACESSIBILIDADES

Artigo 7.º da Diretiva 2010/13/UE

Considerandos 22, 23 e 24 da Diretiva (UE) 2018/1808

São reforçadas as regras em matéria de acessibilidades. O inciso do artigo 7.º deixa de traduzir um mero incentivo e passa a consubstanciar uma exigência neste contexto, dirigida a um tempo aos Estados-membros e aos fornecedores de serviços. Estes devem garantir que os seus serviços (que devem incluir a prestação de informações de emergência, n.º 5) se tornem contínua e progressivamente mais acessíveis às pessoas com deficiência. Por sua vez, os Estados-membros devem assegurar sem demora indevida e através da adoção de medidas proporcionadas que os fornecedores de serviços cumprem esse desiderato (n.º 1). A execução dessas medidas deve ser regularmente comunicada pelos fornecedores de serviços às autoridades reguladoras nacionais, e de três em três anos pelos Estados-membros à Comissão (n.º 2).

Os Estados-membros devem também incentivar os fornecedores de serviços a elaborarem planos de ação em matéria de acessibilidades, cuja comunicação deve ser feita às autoridades reguladoras nacionais (n.º 3), e designar um ponto de contacto em linha único para prestação de informações e tratamento de queixas sobre acessibilidades (n.º 4).

12. PROEMINÊNCIA ADEQUADA DE SERVIÇOS DE INTERESSE GERAL

Artigo 7.º-A da Diretiva 2010/13/UE

Considerando 25 da Diretiva (UE) 2018/1808

O artigo 7.º-A é um dispositivo inovador, que confere aos Estados-membros a faculdade de adoção de medidas tendentes a assegurar a «proeminência adequada» de serviços de comunicação audiovisual de interesse geral.

⁵⁵ A expressão (que consta da versão portuguesa da Diretiva UE 2018/1808) parece desajustada no contexto apontado. A versão inglesa da Diretiva refere-se aqui, com mais propriedade, a «viewers».

A formulação deste artigo é, contudo, suscetível de originar alguma confusão, *maxime* em resultado do seu confronto com o enunciado do considerando 25 da Diretiva (UE) 2018/1808. De facto, o enunciado do artigo 7.º-A coloca o acento tónico da «proeminência adequada» nos próprios serviços de comunicação social audiovisual de interesse geral, enquanto que o considerando 25 se refere já a conteúdos de interesse geral e a objetivos definidos de interesse geral, o que poderá não significar a mesma coisa. A referência ao «interesse geral» é feita, portanto, e indistintamente, aos serviços em si, a conteúdos e a objetivos com essa natureza.

13. INTEGRIDADE DOS PROGRAMAS E SERVIÇOS

Artigo 7.º-B da Diretiva 2010/13/UE
Considerando 26 da Diretiva (UE) 2018/1808

A preocupação com a integridade dos serviços (artigo 7.º-B) ou dos programas e serviços (considerando 26 da Diretiva (UE) 2018/1808) passa a constituir na Diretiva uma preocupação de natureza bem mais abrangente que aquela até aqui exclusivamente centrada na transmissão de publicidade ou de tevenda nos programas (Cf. art.º 20.º da Diretiva 2010/13/UE).

A ocultação (por sobreposições com fins comerciais) ou a alteração (mediante cortes, modificações ou interrupções) de programas e serviços de comunicação social audiovisual só poderá ocorrer com o consentimento explícito do fornecedor de serviços.

Os Estados-membros devem tomar medidas adequadas e proporcionadas neste preciso sentido, bem como prover às especificidades regulamentares e respetivas exceções a determinar neste contexto (ainda que várias delas sejam enunciadas no referido considerando 26).

14. COMUNICAÇÕES COMERCIAIS

A versão final da Diretiva revista acabou por consagrar um grau de flexibilização bem menor do que o preconizado pela Comissão Europeia, na proposta inicial por esta apresentada⁵⁶. Ainda assim, enunciam-se algumas alterações de relevo.

14.1. COMUNICAÇÕES COMERCIAIS AUDIOVISUAIS RELATIVAS A BEBIDAS ALCOÓLICAS

Artigos 1.º, n.º 1, al. h); 9.º, n.ºs 2 e 3; e 22.º, da Diretiva 2010/13/UE
Considerandos 27 e 29 da Diretiva (UE) 2018/1808

São estendidas aos serviços não lineares as proibições qualitativas já aplicáveis aos serviços lineares em sede de publicidade televisiva e tevenda de bebidas alcoólicas (artigos 9.º, n.º 2, e 22.º), e que não abrangem os patrocínios e a colocação de produto.

Em complemento da manutenção da proibição genérica de as comunicações comerciais relativas a bebidas alcoólicas terem os menores como público-alvo, os Estados-membros devem promover o incentivo à corregulação e o fomento da autorregulação através da instituição de códigos de conduta (artigo 9.º, n.º 3) para a redução da exposição dos menores a este tipo de publicidade.

⁵⁶ Cf. Doc. COM (2016) 287 final, cit., e “ERC - Relatório de Regulação 2016” – Volume I, pp. 72-74.

14.2. PATROCÍNIOS

Artigos 1.º, n.º 1, als. h) *in fine*, e k), e 10.º, da Diretiva 2010/13/UE
Considerando 27 da Diretiva (UE) 2018/1808

A proibição de patrocínios é expressamente estendida a cigarros eletrónicos e recargas (artigo 10.º, n.º 2).

É expressamente reconhecida aos Estados-membros a faculdade de proibirem o patrocínio de programas infantis (artigo 10.º, n.º 4).

14.3. COLOCAÇÃO DE PRODUTO

Artigos 1.º, n.º 1, als. h) *in fine*, e m), e 11.º, da Diretiva 2010/13/UE
Considerando 27, 32, 33 e 34 da Diretiva (UE) 2018/1808

O enunciado do artigo 11.º da Diretiva passa a afirmar a admissibilidade genérica da colocação do produto como regra, elencando taxativamente as exceções proibidas: noticiários, programas de atualidade informativa, programas relativos a assuntos dos consumidores, programas religiosos e programas infantis (n.º 2).

A proibição de colocação de produto é expressamente estendida a cigarros eletrónicos e recargas (n.º 4, a)).

Embora sem consagração expressa no articulado da Diretiva, a admissão da colocação de produto em serviços de plataformas de partilha de vídeos é objeto de uma discreta, mas explícita menção no considerando 33 da Diretiva (UE) 2018/1808.

14.4. SPOTS ISOLADOS DE PUBLICIDADE TELEVISIVA E DE TELEVENDA

Artigos 1.º, n.º 1, al. h) *in fine*, e 19.º, n.º 2, da Diretiva 2010/13/UE

De acordo com a nova redação conferida ao artigo 19.º, n.º 2, da Diretiva, o recurso à transmissão de spots isolados de publicidade televisiva e de tevenda é (ou passará a ser) uma prática admitida a título excecional, salvo no caso dos acontecimentos desportivos.

14.5. INSERÇÃO DE TELEVENDAS NOS PROGRAMAS

Artigos 1.º, n.º 1, al. h) *in fine*, e 20.º, n.º 2, da Diretiva 2010/13/UE

A transmissão de televendas é proibida no decurso de programas infantis (artigo 20.º, n.º 2).

14.6. LIMITES TEMPORAIS À INSERÇÃO DE PUBLICIDADE TELEVISIVA E TELEVENDA

Artigos 1.º, n.º 1, al. h), *in fine*, e 23.º, da Diretiva 2010/13/UE
Considerandos 32, 41, 42, 43 da Diretiva (UE) 2018/1808

São flexibilizadas as regras quantitativas aplicáveis nos termos do artigo 23.º da Diretiva, mediante a substituição do atual limite horário de 20 % por duas janelas temporais fixadas entre as 06h00 e as 18h00 e entre as 18h00 e as 24h00, com um limite de 20 % para cada uma dessas janelas.

Esses limites não se aplicam às mensagens de operador televisivo relacionadas com programas e serviços de comunicação social audiovisual de outras entidades pertencentes ao mesmo grupo de radiodifusão, bem como à transmissão dos denominados quadros neutros (que acrescem, assim, às demais exclusões já previstas nesta sede) (artigo 23.º, n.º 2, alíneas. a) e d)).

15. OBRAS EUROPEIAS

Artigos 13.º, 16.º e 17.º da Diretiva 2010/13/UE

Considerandos 35, 36, 37, 38, 39 e 40 da Diretiva (UE) 2018/1808

As regras aplicáveis aos serviços lineares em sede de **promoção de obras europeias** mantêm-se inalteradas (artigos 16.º e 17.º), enquanto que para os serviços não lineares são fixados pela primeira vez patamares mínimos (30%), a par da exigência de que lhes seja garantida uma posição proeminente (artigo 13.º, n.º 1).

Adicionalmente, preveem-se **obrigações de contribuição financeira para a produção de obras europeias**, aplicáveis aos serviços lineares e não lineares. Os Estados-membros terão a faculdade de impor tais obrigações a fornecedores de serviços (ou a serviços⁵⁷) sujeitos à sua jurisdição, e, caso o façam, poderão igualmente impor obrigações similares (proporcionadas e não discriminatórias) relativamente a fornecedores de serviços (ou a serviços⁵⁸) que visem audiências situadas nos seus territórios, mas estabelecidos noutro Estado-membro. Em tal caso, essas obrigações financeiras incidirão apenas sobre as receitas obtidas nos Estados de receção, e deverão ser tidas em conta pelos Estados de estabelecimento, caso estes imponham uma contribuição financeira a esse mesmo fornecedor ou serviço (artigo 13.º, n.ºs 2 e 3).

As obrigações de promoção de obras europeias e as obrigações de contribuição financeira não são aplicáveis aos fornecedores de serviços de comunicação social com um «baixo volume de negócios» ou com «baixas audiências» e, por decisão dos Estados-membros, poderão não ser também aplicáveis «nos casos em que sejam impraticáveis ou injustificados em razão da natureza ou do tema dos serviços» em causa. Caberá em qualquer caso à Comissão emitir orientações a este respeito (artigo 13.º, n.ºs 6 e 7).

16. SERVIÇOS DE PLATAFORMAS DE PARTILHA DE VÍDEOS

Como acima se disse, a Diretiva passará a aplicar-se também, a certos aspetos relativos aos serviços de plataformas de partilha de vídeos, cuja definição e principais características já se deixaram referidos supra.

16.1. JURISDIÇÃO

Artigos 1.º, n.º 1, als. a-A), b-A) e d-A), e 28.º-A, da Diretiva 2010/13/UE

Considerandos 3, 4, 5, 6, 7, 8 e 44 da Diretiva (UE) 2018/1808

Estabelecem-se ou retomam-se critérios específicos para a determinação da jurisdição relativa a este tipo de serviços (artigo 28.º-A, n.ºs 1 a 5).

A exemplo do que sucede com os serviços de comunicação social audiovisual, também a Diretiva obriga à adoção, atualização permanente e disponibilização de uma lista centralizada dos serviços de plataformas de partilha de vídeos

⁵⁷ Supra, nota 15.

⁵⁸ Idem.

sujeitos a dada jurisdição em concreto e dos critérios para o efeito utilizados, num esforço concertado que envolve os Estados-membros, as autoridades reguladoras nacionais competentes e a Comissão Europeia (art.º 28.º-A, n.º 6).

É ainda instituído um procedimento de cooperação entre Estados-membros e a Comissão (envolvendo ainda o ERGA e o Comité de Contacto) para a resolução de desacordos na determinação de jurisdição em resultado da aplicação do presente artigo.

16.2. MEDIDAS SUBSTANTIVAS

Artigos 1.º, n.º 1, als. a-A), b-A) e d-A), e 28.º- B, da Diretiva 2010/13/UE
Considerandos 3, 4, 5, 6, 7, 8, 45, 46, 47, 48, 49, 51 e 58 da Diretiva (UE) 2018/1808
Diretiva 2000/31/CE

Sem prejuízo do disposto nos artigos 12.º a 15.º da Diretiva 2000/31/CE⁵⁹, os Estados-membros devem assegurar que os fornecedores de serviços de plataformas de partilha de vídeos adotam medidas adequadas para (i) proteger os menores contra determinados conteúdos nocivos veiculados nessas plataformas, nos termos do art.º. 6.º-A, n.º 1; (ii) proteger o público em geral contra conteúdos veiculados nessas plataformas que contenham incitamento à violência ou ao ódio, ou cuja divulgação constitua uma atividade penalmente punível nos termos do direito da União (a saber, incitamento público à prática de infrações terroristas; pornografia infantil; infrações de carácter racista ou xenófobo); (iii) assegurar o cumprimento de regras qualitativas do artigo 9.º, n.º 1, sobre as suas próprias comunicações comerciais e sobre as promovidas, vendidas ou organizadas por terceiros (artigo 28.º-B, n.ºs 1 e 2), além de informarem claramente os utilizadores sobre a existência de publicidade contida em programas ou UGCs.

Além de «adequadas», as medidas em causa devem ser «praticáveis» e «proporcionadas» (artigo 28.º-B, n.º 3), e podem ser objeto de um regime mais pormenorizado ou rigoroso do que o estabelecido na Diretiva (artigo 28.º-B, n.º 6).

Cabe aos Estados-membros assegurar que os fornecedores de serviços de plataformas de partilha de vídeos aplicam as referidas medidas (n.º 3), para cuja execução devem incentivar o uso da corregulação (n.º 4). Os Estados-membros devem além disso criar os mecanismos necessários para a avaliação da adequação dessas medidas, a qual deverá ser confiada às autoridades reguladoras nacionais (n.º 5).

17. AUTORIDADES OU ENTIDADES REGULADORAS NACIONAIS

Artigo 30.º da Diretiva 2010/13/UE
Considerandos 53, 54, 55 e 60 da Diretiva (UE) 2018/1808

As autoridades ou entidades reguladoras nacionais são pela primeira vez objeto de disciplina expressa na Diretiva (artigo 30.º), mediante um conjunto de obrigações dirigidas a cada Estado-membro. Estes devem prover à designação das autoridades reguladoras nacionais, as quais deverão ser juridicamente distintas e funcionalmente independentes dos Governos e outras entidades públicas ou privadas. Os seus poderes deverão ser exercidos de forma imparcial e transparente, e sem sujeição a instruções alheias. As suas atribuições, competências e formas de responsabilização devem ser juridicamente estabelecidas e definidas, e devem dispor de recursos financeiros e humanos e de poderes de execução adequados, além de orçamentos anuais próprios. As condições de nomeação e demissão dos seus membros deve constar de lei prévia e obedecer a procedimentos transparentes, não discriminatórios e aptos a garantir a sua independência. As suas decisões devem ser passíveis de recurso.

⁵⁹ Diretiva 2000/31/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 8 de junho de 2000, relativa a certos aspetos legais dos serviços da sociedade de informação, em especial do comércio eletrónico, no mercado interno ("Diretiva sobre o comércio eletrónico") (JO L 178 de 17.7.2000, pp. 1 ss.)

18. ERGA

Artigo 30.º-B da Diretiva 2010/13/UE
Considerandos 8, 56, 57 e 58 da Diretiva (UE) 2018/1808

Criado em 2014 pela Comissão Europeia⁶⁰, o ERGA (Grupo dos Reguladores Europeus de Serviços de Comunicação Social Audiovisual) encontra agora acolhimento formal no texto da Diretiva (artigo 30.º-B). Composto por representantes das autoridades reguladoras dos Estados-membros, este grupo fornece conhecimento técnico especializado à Comissão, procede ao intercâmbio de experiências e práticas no âmbito regulatório, assegura a cooperação entre os seus membros em áreas específicas, e, quando solicitado pela Comissão, emite pareceres sobre diversos aspetos compreendidos no articulado da Diretiva.

19. LITERACIA MEDIÁTICA

Artigos 28.º-B, n.º 3, al. j); 30.º-B, n.º 3, al. b); e 33.º-A, da Diretiva 2010/13/UE
Considerando 59 da Diretiva (UE) 2018/1808

A literacia mediática obtém consagração formal no artigo 33.º-A da Diretiva. Sobre os Estados-membros (e não sobre os fornecedores de serviços) impendem obrigações de promoção e de adoção de medidas para o desenvolvimento de competências sobre a literacia mediática, bem como de submeter relatórios à Comissão sobre a sua execução.

Outros afloramentos sobre a matéria constam dos artigos 28.º-B, n.º 3, al. j) (aplicável aos fornecedores de plataformas de partilha de vídeos) e 30.º-B, n.º 3, al. b) (referente às atribuições do ERGA nesta sede).

⁶⁰ Decisão C (2014) 462 final, de 3 de fevereiro de 2014.

DIREITO DE RESPOSTA E DE RETIFICAÇÃO

1. VISÃO GLOBAL

Cabe à Entidade Reguladora para a Comunicação Social, nos termos dos artigos 59.º e seguintes dos Estatutos da ERC, analisar os recursos por denegação ilegítima ou cumprimento deficiente do direito de resposta e/ou de retificação.

Durante 2018, verificou-se que o número de recursos decididos na ERC que tiveram por objeto o alegado incumprimento ou cumprimento deficiente do direito de resposta e de retificação não se afastou dos números registados em anos anteriores, tendo sido apreciados 31 recursos com a referida natureza.

A consagração legal destes direitos visa, sobretudo, a defesa dos direitos de personalidade, designadamente o direito ao bom nome e à reputação dos visados em determinada publicação, permitindo ao respondente apresentar a sua versão dos factos.

Trata-se de um direito que tem consagração constitucional (artigo 37.º, n.º 4, da Constituição da República Portuguesa) e encontra-se previsto nas leis setoriais referentes à atividade da comunicação social em Portugal (artigos 24.º e seguintes da Lei de Imprensa; artigos 64.º e seguintes da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido; e artigos 59.º e seguintes da Lei da Rádio).

Em seguida apresentam-se os dados referentes a 2018, no âmbito destes procedimentos.

2. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

Apresentam-se, em seguida, alguns dados que se afiguram relevantes neste âmbito.

Fig. 1- Decisões adotadas pela ERC em matéria de direito de resposta e retificação em 2018

Procedência	19
Improcedência	12

Assim, em 2018, foram decididos 31 recursos pelo conselho regulador da ERC, por denegação ilegítima ou cumprimento deficiente do direito de resposta, ao abrigo do artigo 59.º dos seus estatutos - número que não se afasta muito dos números verificados em anos precedentes (38 recursos, em 2017, e 33 recursos, em 2016).

Dos 31 recursos apreciados, a maioria (19 recursos) mereceu o reconhecimento do direito de resposta ou de retificação, ou seja, foram considerados procedentes. Os restantes 12 recursos foram objeto de arquivamento com fundamento na improcedência do pedido.

Foram ainda recebidas várias exposições/pedidos de apreciação, ainda com referência ao direito de resposta que, contudo, se traduziram em meros pedidos de informação, os quais foram respondidos; ou ainda requerimentos extemporâneos ou apresentados por quem não apresentava legitimidade, os quais foram objeto de arquivamento liminar.

Fig. 2 - Tipologia dos Órgãos de comunicação social

Imprensa	20
Televisão	9
Rádio	2

Da Figura 2 resulta que a maioria dos recursos apresentados teve por objeto a imprensa (20), seguindo-se os serviços televisivos (9) e por fim a rádio (2).

Resulta ainda dos dados analisados que parte destes recursos incidiram sobre as edições digitais destes órgãos de comunicação social.

Fig. 3 - Identificação dos órgãos de comunicação social objeto de recurso

Jornal do Centro	1	Âmbito regional
Correio da Manhã	1	Âmbito nacional
Diário de Notícias da Madeira	1	Âmbito regional
Jornal Público	1	Âmbito nacional
Jornal de Notícias	4	Âmbito nacional
Jornal de Barcelos	4	Âmbito regional
TV Canção Nova Portugal	1	Âmbito nacional
TVI + TVI 24	6	Âmbito nacional
Revista sábado	3	Âmbito nacional
TSF	1	Âmbito nacional
Observador	3	Âmbito nacional
Jornal de Negócios	1	Âmbito nacional
Rádio Voz de Santo Tirso	1	Âmbito regional
RTP (Açores)	1	Âmbito regional
National Geographic	1	Âmbito nacional
Correio da Feira	1	Âmbito regional

Fig. 4 – Âmbito dos órgãos de comunicação social

Âmbito regional	9
Âmbito nacional	22

As Figuras 3 e 4 demonstram que a maior parte dos recursos incidiu sobre órgãos de comunicação social de âmbito nacional (22 recursos).

Na imprensa de expansão nacional, verifica-se que o Jornal de Notícias foi o órgão de comunicação social contra o qual mais recursos foram interpostos (4), seguindo-se o jornal Observador (3) e a Revista Sábado (3). Na imprensa regional, o Jornal de Barcelos foi o órgão com maior número de processos (4).

No âmbito da televisão, a quase totalidade dos recursos apresentados na ERC visou os serviços de programas TVI e TVI 24 (6 processos).

A Figura 2 evidencia, igualmente, o carácter residual dos recursos apresentados contra serviços de rádio (2 processos registados em 2018).

Fig.5 - Fundamento do Recurso

Denegação ilegítima	24
Cumprimento Deficiente	7

A leitura da Figura 5 revela que a generalidade dos recursos teve por fundamento a denegação ilegítima do direito de resposta e de retificação (24 processos) e que apenas uma pequena parte se deveu a cumprimento deficiente (7).

Fig. 6 - Recorrente

Pessoa Singular	12
Pessoa coletiva	20

No que respeita à tipologia dos recorrentes, constata-se que em 2018, tal como em 2017, as pessoas coletivas, privadas e públicas, foram as principais promotoras de processos junto da ERC (20 recursos).

Dos restantes recursos, verifica-se que 11 foram apresentados por pessoas singulares e um interposto simultaneamente por uma pessoa coletiva e por uma pessoa singular (daí que a Figura 6 indique 32 processos e não os 31 referidos na Figura 1).

Fig. 7 - Género da publicação/transmissão que originou o recurso

Notícia /Reportagem	28
Opinião/ Comentário	3

A Figura 7 permite concluir que, em 2018, a maioria dos recursos incidiu sobre textos ou reportagens (28 recursos), seguindo-se artigos de opinião ou comentário (3).

Fig. 8 - Temática da publicação que originou o recurso⁶¹

Política Nacional	6
Assuntos Internacionais	1
Empresas, Finanças, Negócios	4
Sistema Judicial	3
Sociedade	4
Ordem interna	1
Funcionamento do sistema de saúde	1
Atividade partidária	1
Saúde e assistência social	3
Crimes	1
Assuntos de crianças	2
Atividades das autarquias	3
Ambiente	1

⁶¹ Com referência à classificação que resulta do "Manual do utilizador da ERC – Processo de Gestão de Reclamações", páginas 16 a 20.

A Figura 8 demonstra uma clara diversidade da temática que motivou os recursos por denegação ou cumprimento deficiente do direito de resposta, destacando-se, contudo, as áreas da política nacional (6), das empresas, finanças e negócios (4) e da sociedade (4), que representam quase metade dos recursos interpostos em 2018.

Fig.9 - Motivo invocado pelo OCS recorrido para a ausência ou deficiente publicação do Direito de Resposta

Intempestividade do Recurso	2
Ilegitimidade do Recorrente	9
Falta de relação útil e direta entre a publicação e o texto de resposta	3
Extensão do texto	1
O texto contém expressões desprimorosas ou envolve responsabilidade criminal	3
Outras	15

A Figura 9 demonstra que entre os motivos invocados pelos meios de comunicação social para justificar a recusa de cumprimento ou cumprimento deficiente dos direitos de resposta se destacou a ilegitimidade do recorrente, bem como outros motivos que, contudo, não encontram previsão legal - por exemplo, quando o órgão de comunicação social refere que o texto de resposta contém factos que não correspondem à verdade. De facto, por vezes, são invocados fundamentos que não justificam a recusa da publicação ou correspondem apenas a irregularidades que devem ser corrigidas pelo respondente, não podendo configurar de imediato causa de recusa de publicação.

Foi também expressiva a invocação do argumento de que a resposta continha expressões desprimorosas e a da falta de relação direta e útil entre a publicação e o texto de resposta.

Fig. 10 - Consequências Sancionatórias

Notícia /Reportagem	28
Opinião/ Comentário	3

Relativamente aos 31 processos apreciados pela ERC, em 2018, verifica-se que foi ordenada a instauração de processo de contraordenação em apenas dois deles, não tendo os restantes 29 processos quaisquer consequências de natureza sancionatória.

O DIREITO DE ACESSO DOS JORNALISTAS

1. VISÃO GLOBAL

O direito de acesso dos jornalistas à informação integra o núcleo da liberdade de imprensa. Este direito, consagrado constitucionalmente nos artigos 37.º, n.º 1, e 38.º, n.º 2, alínea b), da Constituição da República Portuguesa (doravante, C.R.P.), constitui um corolário do direito à informação que, em si, integra três níveis: o direito de informar, o direito de se informar e o direito de ser informado, sem impedimentos nem discriminações.

Conforme ensinam Gomes Canotilho e Vital Moreira⁶², «enquanto o direito de informar consiste na liberdade de transmitir ou comunicar informações a outrem, de as difundir sem impedimentos», o direito de se informar «corresponde a um direito absoluto de procurar e recolher informação (...), tendo como contrapartida, do lado do sujeito passivo, um dever geral de respeito e de não impedimento».

A matéria em apreço foi por diversas vezes apreciada pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante, ERC), quer no âmbito de deliberações adotadas pelo Conselho Regulador, quer integrando capítulos específicos dos seus relatórios anuais de regulação⁶³.

Destaca-se, nesta matéria, a possibilidade conferida à ERC de arbitrar conflitos neste domínio, por iniciativa quer dos jornalistas, quer dos próprios organizadores dos espaços em questão (artigo 24.º n.º 3, alínea t) dos Estatutos da ERC⁶⁴).

O conteúdo e a extensão deste direito resultam dos artigos 8.º, 9.º e 10.º do Estatuto do Jornalista⁶⁵ (doravante, EJ), bem como do artigo 22.º da Lei de Imprensa⁶⁶ (doravante, LI), realçando-se, ainda, que nos termos do artigo 19.º do mesmo EJ, a violação do disposto nos artigos 9.º e 10.º (n.ºs 1 a 3) consubstancia a prática de um crime de atentado à liberdade de informação.

O direito de acesso dos jornalistas tem como alcance:

- As fontes oficiais de informação, com referência aos órgãos da administração pública (artigo 8.º, n.º 1, do EJ e artigo 2.º, n.º 2, do Código do Procedimento Administrativo);
- Os locais abertos ao público desde que para fins de cobertura informativa (artigo 10.º n.º 1 e artigo 9.º n.º 1 e n.º 2 do EJ), ou abertos à comunicação social de uma forma geral.

2. A INTERVENÇÃO DA ERC EM MATÉRIA DE DIREITO DE ACESSO

Nos termos do disposto nos artigos 8.º, alíneas a) e d), e 24.º, n.º 3, alíneas a) e c), dos Estatutos da ERC, compete a esta entidade assegurar o livre exercício do direito à informação e à liberdade de imprensa, bem como zelar pelo

⁶² In "Constituição da República Portuguesa Anotada", Volume I, Coimbra Editora, 4.ª edição, p. 573.

⁶³ Exercício do Direito de Acesso a Recintos Desportivos (Relatório de Regulação da ERC, 2014, pág. 60 e seguintes); e Direito de Acesso (Relatório de Regulação da ERC, 2016, pág.19 e seguintes).

⁶⁴ Aprovados pela Lei 53/2005, de 8 de novembro.

⁶⁵ Lei n.º 1/99, de 1 de janeiro, com as alterações introduzidas pela Lei n.º 64/2007, de 6 de novembro, e a retificação n.º 114/2007, de 20 de dezembro.

⁶⁶ Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, com a retificação n.º 9/99, de 4 de março e com as alterações introduzidas pela Lei n.º 18/2003, de 11 de junho, pela Lei n.º 19/2012, de 8 de maio, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho.

cumprimento dos direitos, liberdades e garantias, fiscalizando o cumprimento das leis, regulamentos e requisitos técnicos aplicáveis no âmbito do cumprimento das suas atribuições.

Cabe ainda a esta Entidade Reguladora, ao abrigo da previsão da alínea t) do n.º 3 do artigo 24.º dos Estatutos da ERC «arbitrar e resolver litígios que surjam no âmbito das atividades de comunicação social, nos termos definidos pela lei, incluindo os conflitos de interesses relacionados com (...)as situações de desacordo sobre o direito de acesso a locais públicos».

Conforme acima exposto, as competências da ERC neste domínio abrangem a arbitragem de diferendos que surjam no âmbito do direito de acesso a locais públicos, desde que o(s) interessado(s) solicite(m) esta intervenção antes da ocorrência do evento em questão, assegurando-se, desse modo, o efeito útil da mesma.

Note-se que a intervenção da ERC, neste âmbito, pode traduzir-se na adoção de decisões vinculativas «incorrendo em crime de desobediência quem não a acatar» ao abrigo do disposto no artigo 64.º, n.º 2, do Código de Procedimento Administrativo⁶⁷ e artigo 10.º, n.º 4, do E.J.

É ainda de salientar que a ERC, caso detete indícios da prática de crime de atentado à liberdade de informação deve remetê-los ao Ministério Público, visto não dispor de competências em matéria criminal.

3. CARACTERIZAÇÃO DO DIREITO DE ACESSO A FONTES OFICIAIS DE INFORMAÇÃO

A matéria do direito de acesso de jornalistas a fontes oficiais de informação encontra-se prevista no artigo 8.º do E.J.

Como princípio geral, prevê-se o livre acesso a documentos administrativos por parte dos jornalistas, não sendo necessária a prova da existência de interesse legítimo para esse efeito (conforme se exige aos particulares, no âmbito do direito à informação procedimental^{68 e 69}).

Contudo, este direito não é um direito absoluto, prevendo-se no n.º 3 do mesmo artigo que «o direito de acesso às fontes de informação não abrange os processos em segredo de justiça, os documentos classificados ou protegidos ao abrigo de legislação específica, os dados pessoais que não sejam públicos dos documentos nominativos relativos a terceiros, os documentos que revelem segredo comercial, industrial ou relativo à propriedade literária, artística ou científica, bem como os documentos que sirvam de suporte a atos preparatórios de decisões legislativas ou de instrumentos de natureza contratual».

O direito de acesso por jornalista a uma fonte oficial de informação pode ser recusado, devendo tal recusa ser fundamentada, conforme exige o n.º 4 do artigo 8.º. Neste ponto, tem sido entendimento do Regulador que, não dispondo a fonte solicitada da informação requerida, naquele momento, tem o dever de informar o jornalista dessa impossibilidade, bem como qual o prazo espectável para o envio da resposta/informação. Neste sentido, veja-se a Deliberação ERC/2018/256, de 21 de novembro de 2018.

⁶⁷ Lei n.º 18/2003, de 11 de junho, pela Lei n.º 19/2012, de 8 de maio, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho.

Decreto-Lei n.º 4/2015, de 7 de janeiro.

⁶⁸ Artigo 82.º do CPA e artigo 268.º n.º 1 da C.R.P.

⁶⁹ No âmbito do direito ao acesso à informação não procedimental o acesso é livre (artigo 268.º, n.º 2, da CRP, e 17.º do CPA).

4. O DIREITO DE ACESSO A LOCAIS PÚBLICOS

Nos termos do artigo 9.º, n.º 1, do EJ «os jornalistas têm direito de acesso a locais abertos ao público desde que para fins de cobertura informativa», estabelecendo-se, contudo, no n.º 3, a possibilidade de se condicionar a entrada dos mesmos, em determinadas circunstâncias.

Assim, estabelece-se, como regra geral, que é suficiente a exibição da carteira profissional de jornalista (ou equiparada) para o acesso aos referidos espaços.

Cumpra, no entanto, realçar alguns aspetos deste regime.

Desde já, como primeira nota, sublinha-se que a lei reconhece aos profissionais que não sejam jornalistas um estatuto similar ao aplicável a estes profissionais (artigos 15.º e 16.º do EJ), para fins de garantia de acesso à informação⁷⁰.

Por outro lado, à margem do quadro legal, é ainda de referir o “cartão de colaborador”, atribuído pela Associação dos Jornalistas Desportivos ou de Desporto (CNIDA), em resultado de um protocolo celebrado entre esta entidade e a Liga Portuguesa de Futebol Profissional (LPFP) - o qual visa alargar o direito de acesso a especialistas em desporto, que não sejam jornalistas, mas que estejam ligados a órgãos de comunicação social. Também semelhante a este cartão, existe o cartão da *Association Internationale de la Presse Sportive* (AIPS).

Ambos os documentos têm permitido o acesso destes profissionais aos espaços desportivos em termos idênticos ao acesso permitido aos jornalistas, o que se pode revelar problemático, uma vez que tal possibilidade pode ter como consequência a restrição do acesso dos jornalistas a esses espaços, em benefício do titular de cartão de colaborador, atribuído por aquelas entidades.

Outro aspeto controverso a identificar respeita às situações em que os jornalistas se fazem acompanhar de terceiros, tendo em vista o auxílio nas questões técnicas de captura de som e imagem, solicitando também o acesso destes profissionais a esses mesmos espaços.

A ERC já se pronunciou sobre as questões evidenciadas:

- Na Deliberação 6/DJ/2011, de 26 de outubro de 2011, conclui-se: «(...) na prática, perante as instituições que celebram protocolos com o CNID (...) os jornalistas habilitados são colocados no mesmo plano dos ditos colaboradores daquela associação, senão mesmo em plano de subalternização, em termos de exercício do direito de acesso, que não pode deixar de suscitar preocupação a esta Entidade Reguladora»;
- A propósito da questão dos terceiros que acompanham os jornalistas por motivos técnicos, a Deliberação ERC/2017/212 (DJ), de 27 de setembro de 2017, refere: «Inclusive, e à luz do disposto no n.º 2 do artigo 10.º do EJ, o regime do direito de acesso é extensivo a terceiros que, não sendo jornalistas nem profissionais a estes equiparados, desempenham na cobertura informativa de um dado evento um papel de relevo e sem o qual aquela resultaria inviabilizada ou fortemente restringida⁷¹. Neste particular, não representa, pois, violação do princípio da igualdade tratar como jornalista alguém que, *de facto e de jure*, não detém essa qualidade profissional, visto que, em certos casos, o acesso a locais públicos para fins de cobertura informativa pode e deve ser franqueado a pessoas desprovidas dessa qualificação profissional».

⁷⁰ É o caso do diretor de uma publicação periódica.

⁷¹ Cf. a propósito os pontos 94 e seguinte da Deliberação 54/2014 (DJ), de 21 de maio (disponível em <http://www.erc.pt/pt/deliberacoes/deliberacoes/2014/151>).

Não obstante o referido, ou seja, a consagração do direito de acesso dos jornalistas (mediante a apresentação de cartão de identificação de jornalista), resulta do n.º 3 do artigo 9.º do EJ que, em determinadas situações - em concreto, nos espetáculos ou outros eventos com entradas pagas em que o afluxo previsível de espectadores justifique a imposição de condicionamentos, pode ter lugar a restrição do acesso dos referidos profissionais, podendo ser estabelecidos critérios de credenciação para esse efeito.

Assim, verificadas as condições acima descritas, será aceitável que a empresa promotora de um evento imponha condicionamentos no acesso a esse recinto, por parte dos jornalistas, devendo, para esse efeito, serem tidos em conta os critérios referenciados no n.º 3 do artigo 10.º do referido diploma legal e observadas as exigências que resultam do princípio da igualdade constitucionalmente consagrado (n.º 4 do artigo 9.º do EJ).

A este propósito tem sido entendimento do Regulador, expresso em diversas deliberações adotadas no âmbito da sua atividade, que os critérios de credenciação a aplicar nessas situações devem ser dados a conhecer a todos os requerentes, bem como a necessidade da sua adoção, que deve ser igualmente fundamentada, de forma clara - em conformidade com o disposto nas já referidas disposições legais (artigo 9.º, n.º 4, e artigo 10.º, n.º 3, do EJ).

Ou seja, «nos espetáculos com entradas pagas, em que os locais destinados à comunicação social sejam insuficientes, será dada prioridade aos órgãos de comunicação de âmbito nacional e aos de âmbito local do concelho onde se realiza o evento», com observância das exigências que resultam do princípio da igualdade.

Nesse enquadramento, a ERC tem sido chamada a pronunciar-se, verificando-se que uma das questões mais frequentes nas queixas recebidas se prende, precisamente, com a falta de clareza ou mesmo inexistência de critérios de credenciação.

Resulta ainda da apreciação da ERC que, por vezes, não são sequer disponibilizados quaisquer lugares aos jornalistas para efeitos de cobertura jornalística, através de sistemas de credenciação - o que coloca em causa o referido direito.

Faz-se ainda notar que alguns dos fundamentos que têm sido invocados pelas entidades organizadoras desses eventos - a realizar ao abrigo da previsão do n.º 3 do artigo 9.º - para recusar o acesso dos jornalistas não apresentam enquadramento legal.

Assim, no que concerne à credenciação de órgãos de comunicação social, cabe destacar as seguintes deliberações da ERC:

- Na Deliberação ERC/2017/212 (DJ), de 27 de setembro de 2017, defende-se que «Tais critérios devem ser conhecidos «(...) em moldes objetivos, transparentes, proporcionais e não-discriminatórios, e que designadamente permitam a qualquer órgão de comunicação social potencialmente interessado o seu antecipado conhecimento e gestão das inerentes expectativas a esse respeito»;
- Numa outra decisão da ERC, Deliberação ERC/2017/99 (DJ), de 26 de abril de 2017, referente ao acesso a um espetáculo tauromáquico - a organização alegava a inexistência de lugares para a comunicação social, bem como que, por razões de segurança, o acesso dos jornalistas ao espaço entre barreiras tinha um número limitado de lugares: «Relativamente aos dois eventos tauromáquicos atrás referenciados, procurou a ERC verificar quais os critérios seguidos pela entidade organizadora do evento para a atribuição de credenciais aos jornalistas que as solicitaram. A verdade é que a empresa Toiros e Tauromaquia, Lda., contornou ou ignorou o pedido da ERC, não tendo esclarecido sobre o critério seguido, se é que algum foi ponderado. Objetivamente, aos dois jornalistas já identificados foi recusado o direito de acesso aos eventos. Já a conduta da denunciada está longe de contribuir para afastar qualquer dúvida que porventura existisse quanto à licitude na recusa de emissão das credenciais solicitadas.

(...) Efetivamente haverá que não confundir, por um lado, as prerrogativas de os diretores de corrida fixarem o número de jornalistas que poderão permanecer entre barreiras com, por outro lado, a totalidade dos lugares a atribuir à comunicação social. O limite de lugares entre barreiras é necessariamente limitado por razões de segurança, mas os lugares a atribuir aos jornalistas não se confinam necessariamente ao espaço entre barreiras»;

- Deliberação ERC/2018/37(DJ), de 14 de março de 2018 referente a um espetáculo tauromático «Do alegado pela denunciada resulta uma insistência⁷² na lógica que, atentas as condições do local, o direito de acesso que assiste aos jornalistas é o de adquirir bilhetes para concretização da cobertura informativa do evento. (...) Ora, isto mais não traduz do que a denegação do direito de acesso dos jornalistas, que são assim impedidos do exercício da sua função de informar, para a qual é imprescindível que seja assegurada a possibilidade de obter a informação. (...) É indiscutível que a denunciada, enquanto organizadora e responsável pelo espetáculo, tem o direito de comercializar o bem que disponibiliza, mas não sendo este aspeto discutível como não é o da possibilidade de restringir o acesso a esse mesmo espetáculo, esse direito não é absoluto, e deverá ser compatibilizado com as prerrogativas decorrentes de outros direitos fundamentais, como seja o direito de acesso à informação. (...) Sublinhe-se, aliás, o que a ERC já teve ensejo de referir em momento anterior⁷³, que «haverá que não confundir, por um lado, as prerrogativas dos diretores de corrida fixarem o número de jornalistas que poderão permanecer entre barreiras⁷⁴ com, por outro lado, a totalidade dos lugares a atribuir à comunicação social. O limite de lugares entre barreiras é necessariamente limitado por razões de segurança, mas os lugares a atribuir aos jornalistas não se confinam necessariamente ao espaço entre barreiras». (...) A conduta e respostas da denunciada indiciam uma reiteração da negação de exercício do direito à informação, consubstanciada, in casu, na denegação de acesso, nos termos do previsto no artigo 9.º do Estatuto do Jornalista, cuja gravidade já havia sido sublinhada pelo regulador, quer nos ofícios remetidos à denunciada quer na Deliberação ERC/2016/160 (DJ), de 13 de julho de 2016. (...) Tal circunstância poderá revestir natureza criminal, se e na medida em que, como parece indiciar o caso concreto, preencha os elementos do tipo de crime de atentado à liberdade de informação, previsto e punido nos termos do n.º 1 do artigo 19.º do Estatuto do Jornalista».

O direito de acesso dos jornalistas encontra-se ainda previsto para as situações em que os eventos em questão não sejam abertos ao público, mas à «generalidade da comunicação social», conforme dispõe o n.º 2 do artigo 9.º do EJ.

Sobre este ponto, escrevem as autoras Neuza Lopes e Maria Manuel Bastos⁷⁵: «Resta aferir o que se deve entender por “generalidade da comunicação social”. Como é manifesto, este conceito deve ser interpretado casuisticamente, atendendo ao universo de interessados, definido de acordo com a natureza do evento em causa. Por exemplo, se para um evento organizado por um clube de futebol é convidada a larga maioria dos órgãos de comunicação social que se dedicam a temas desportivos, não pode alegar-se que não esteve presente a generalidade da comunicação social, por não terem sido convidados órgãos de temática não desportiva. Outro exemplo a reter prende-se com a imprensa regional. Se determinada entidade organiza um evento a nível local, para o qual convida todos os representantes da imprensa na região, com exceção de determinada publicação, não pode, depois, alegar que não estava presente a generalidade da comunicação social, mas apenas alguns órgãos regionais. No fundo, interessa impedir restrições de acesso assentes em critérios discriminatórios».

⁷² Idêntica argumentação já havia sido apresentada no âmbito do procedimento administrativo que culminou na adoção da Deliberação ERC/2016/160.

⁷³ V. Deliberação ERC/2017/99 (DJ), de 26 de abril.

⁷⁴ V. Alínea f) do n.º 1 do artigo 28.º do Regulamento do Espetáculo Tauromáquico, aprovado pelo Decreto –Lei n.º 89/2014, de 11 de junho.

⁷⁵ Comentário à Lei de Imprensa, pag. 223.

Nessas circunstâncias, conclui-se que os convites a dirigir à comunicação social devem dar cumprimento ao princípio da igualdade, em conformidade com o n.º 2 e n.º 4 do artigo 9.º do E.J. A este respeito, remete-se ainda para a posição da ERC refletida nas seguintes deliberações:

- Deliberação ERC/2017/185 (DJ), de 29 de agosto de 2017, a qual incide sobre um “passeio matinal” organizado por uma Junta de Freguesia e para o qual apenas foram convidados alguns órgãos de comunicação social da região: «Não sendo um evento público, o Denunciado, ao convidar alguns órgãos de comunicação social para o mesmo, tinha também de enviar um convite ao Queixoso, de forma a dar-lhe acesso ao evento em condições de igualdade com os outros órgãos de comunicação social»;
- Deliberação ERC/2016/200 (DJ-R), de 31 de agosto de 2016, na qual se adotou uma decisão vinculativa no âmbito de um diferendo entre uma estação de rádio local e um clube desportivo, considerou o Conselho Regulador que «os órgãos de comunicação social a que se refere o n.º 3 do artigo 10.º do Estatuto do Jornalista beneficiam de um estatuto de estrita igualdade entre si para os efeitos previstos nesse mesmo normativo, nenhuma razão havendo, pois, para privilegiar os órgãos de comunicação social de âmbito nacional relativamente aos de âmbito local do concelho onde se realiza o evento», e que, «[do] mesmo modo, nenhuma diferenciação deve existir entre órgãos de comunicação social em razão da sua periodicidade (diária, semanal, etc.) ou, mesmo, da plataforma utilizada (televisão, rádio, imprensa escrita, *online*...), posto que todos eles gozam, ao menos em abstrato, de iguais prerrogativas neste contexto».⁷⁶ Do mesmo modo, deverá ser igualmente promovida «a institucionalização de mecanismos que, a requerimento dos interessados ou a solicitação desta entidade reguladora, permitam a pronta disponibilização da identificação de todos os órgãos de comunicação social que solicitem a credenciação para qualquer um dos eventos realizados no Estádio (...), bem como a documentação de suporte relativa ao processamento de tais solicitações».

5. CONCLUSÕES

O direito de acesso dos jornalistas à informação configura um direito constitucionalmente protegido, encontrando-se regulado no Estatuto do Jornalista e na Lei de Imprensa.

A lei consagra o direito de acesso dos jornalistas a fontes oficiais de informação, locais abertos ao público e espaços para os quais seja convidada a generalidade da comunicação social, como um corolário da liberdade de imprensa - estipulando-se, contudo, a possibilidade de se estabelecerem alguns condicionalismos em determinadas circunstâncias.

Desse modo, prevê-se a definição de critérios de credenciação desses profissionais para o acesso a determinados locais, em conformidade com o disposto nos n.ºs 3 e 4 do artigo 9.º e n.º 3 do artigo 10.º do E.J, sendo de destacar a necessidade de se dar observância ao princípio da igualdade.

Cumpra ainda destacar a intervenção da ERC neste domínio, a qual se traduz na possibilidade de arbitragem dos conflitos que surjam entre jornalistas e os organizadores dos eventos em questão, contribuindo desse modo, de forma útil e atempada, para o exercício do referido direito (n.º 4 do artigo 10.º do E.J).

Da análise das queixas submetidas à análise do Regulador, constata-se que o exercício do direito de acesso dos jornalistas a locais públicos tem encontrado alguns obstáculos, verificando-se que os organizadores dos eventos, cujo acesso se encontre condicionado, nem sempre dispõem de critérios de credenciação definidos – ou, quando os têm, não os comunicam aos requerentes ou não o fazem de forma clara.

⁷⁶ Cf. Pontos 31 e 32 da Deliberação ERC/2016/200 (DJ-R), de 31 de agosto de 2016.

Verifica-se ainda que os jornalistas nem sempre acionam atempadamente a intervenção do Regulador, ao abrigo do disposto no artigo 10.º, n.º 4, do Estatuto do Jornalista.

É ainda de sublinhar que a lei confere à ERC poderes para a adoção de decisões vinculativas nesta matéria, cuja inobservância corresponde a crime de desobediência para os respetivos agentes económicos.

A violação das disposições legais que conformam o direito de acesso pode ainda configurar um crime contra a liberdade de imprensa, pelo que a verificação de indícios dessa natureza dever ser remetida ao Ministério Público.

Identifica-se ainda, nesta matéria, a existência de regras com origem na atividade de associações de direito privado relacionadas com o desporto, as quais contudo, não são isentas de dúvidas face ao disposto no Estatuto do Jornalista, conforme ficou evidenciado em Deliberações da ERC - ou seja, no que respeita à sua conformidade com o disposto nos artigos 9.º e 10.º do EJ (do qual resulta o regime jurídico aplicável ao exercício do direito de acesso dos jornalistas para cobertura informativa).

Reitera-se, por fim, a importância deste direito, constitucionalmente consagrado, assim como de fazer notar aos organizadores de eventos com esta natureza a necessidade de adotarem critérios de credenciação, claros e conformes com a lei, bem como de os dar a conhecer aos interessados, em tempo útil, segundo critérios de razoabilidade.

INFOENTRETENIMENTO OU *INFOTAINMENT*: OS GÉNEROS HÍBRIDOS DOS CONTEÚDOS TELEVISIVOS

1. VISÃO GLOBAL

No presente texto pretende fazer-se um breve sumário da doutrina da ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social em matéria de infoentretenimento ou *infotainment*.

Estando em causa um género híbrido que procura conciliar informação e entretenimento, dois géneros que, à partida, se diriam de difícil conciliação, traduz, na prática, um desafio para os operadores e para o regulador, no qual se procura ou deverá procurar harmonizar direitos e obrigações dos operadores de televisão com o respeito e salvaguarda de direitos fundamentais individuais e do público em geral.

2. INFOENTRETENIMENTO OU *INFOTAINMENT*

Ao longo dos 13 anos de existência da ERC e no âmbito da sua atividade de supervisão dos conteúdos televisivos, o regulador tem vindo a ser confrontado com as alterações dos formatos dos programas televisivos, que, saindo da rigidez da distinção existente no domínio da sua classificação, promovem uma hibridização de categorias, que começa a ser ponderada.

Um dos casos mais emblemáticos desta fusão é o da informação com entretenimento, de cuja associação resulta o género híbrido vulgarmente designado por infoentretenimento ou *infotainment*.

O infoentretenimento é considerado por alguns investigadores da área dos *media* e do jornalismo como um «género específico no contexto da discursividade jornalística contemporânea, sendo geralmente interpretado sobretudo como um produto da pressão das forças de mercado, da comercialização e mercantilização dos conteúdos mediáticos»⁷⁷.

Os conteúdos suscetíveis de integrarem tal categoria foram definidos pela ERC, no “Relatório de Regulação de 2017”, como «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».

Constata-se que a difusão de programas que fundem informação e entretenimento é uma prática cada vez mais recorrente em televisão, sendo que à primeira vista poder-se-ia dizer que estamos perante conceitos opostos, em particular se considerarmos informação como “informação jornalística”.

O jornalismo pressupõe objetividade, rigor e racionalidade e tem o papel de informar e formar a opinião pública. Ao passo que o entretenimento se destina a explorar a ficção, a estimular a imaginação e a divertir o público. Poderá assim dizer-se que estamos perante a dicotomia “razão versus emoção”.

O sensacionalismo ou humor do discurso, a promoção da reação emocional e a exploração de sensações do espectador são algumas das características deste género híbrido, que conduzem ao desenvolvimento de programas que, partindo de informações relevantes e por vezes complexas, apresentam-nas de forma simplificada e atrativa, de modo a chegar a um maior número de pessoas. Sendo, precisamente, essa característica que torna este género tão apelativo para os espectadores e, na medida em que contribuem para as audiências, atrativos também para as televisões.

⁷⁷ Cf. Mark Deuze, “Popular journalism and professional ideology: tabloid reporters and editors speakout”, Media, Culture & Society, 2005

No panorama televisivo português, esta hibridização encontra-se materializada em rubricas inseridas em programas informativos ou de entretenimento. No caso dos programas de entretenimento, “Você na TV”, “Manhã CM”, “Tardes da Júlia”, “Querida Júlia” ou “Despertar Correio da Manhã”, integram rubricas informativas, compostas por elementos de edição jornalística, nos quais se esbatem as fronteiras entre os géneros discursivos *talk show* e a entrevista jornalística e funções a que estão associados. Mas este género de programas, *talk show*, é um género específico de programação que assenta na conversação, dinamizada por apresentadores, sendo predominante o conteúdo de entretenimento.

Nos programas informativos, rubricas como “Seis Por Meia Dúzia”, “Gato Fedorento Esmiúça os Sufrágios”, “Isto é tudo muito bonito, mas” e “Estrada Real – O Retrato do País que Vai a Votos”, são conteúdos que, incidindo sobre factos relevantes, predominantemente políticos, os desconstruem, distorcem, satirizam ou espectacularizam, afastando-os de um conteúdo jornalístico.

Tais programas têm vindo a ser analisados pela ERC ao longo dos últimos anos e têm levantado questões que cada vez assumem maior relevo: por um lado, a potencial confusão de expectativas e perceção dos espectadores relativamente àquele conteúdo, na medida em que há um conjunto de expectativas, confiabilidade e atenção despendidas para cada género; por outro lado, o risco de espetacularização e sensacionalismo no tratamento de matérias e questões que carecem de algumas cautelas adicionais, com vista à salvaguarda de direitos fundamentais de terceiros.

2.1 PROGRAMAS ENTRETENIMENTO

Em análises realizadas em 2018, ao programa “Você na TV”, programa de entretenimento, do género *talk show*, a propósito de rubricas como “Crónica Criminal”, um espaço onde dois comentadores tecem considerações acerca de casos da atualidade relacionados com a prática de atos alegadamente criminosos apresentados na rubrica, a ERC teve oportunidade de sublinhar que «em alguns momentos da rubrica existe intervenção de jornalista [que acompanha determinado caso concreto], assim como edição jornalística das peças exibidas». Ora, «tratando-se de um programa de entretenimento, obedece, na sua forma geral, a requisitos distintos daqueles exigíveis aos conteúdos informativos. É preciso notar, porém, (...) que a rubrica em causa é composta, em momentos distintos, por elementos de edição jornalística e que o formato do programa não anula a necessidade de aqueles se conformarem com as normas em vigor no campo da informação» (cf. Deliberação ERC/2018/128(CONTJOR-TV)).

É comum neste género de programas (de entretenimento, *talk show*), que algumas rubricas se aproximem do género informativo, sendo aqui de exigir que na sua preparação intervenham jornalistas e que sejam seguidas as normas aplicáveis ao registo noticioso, como por exemplo o dever de ouvir as partes com interesses atendíveis e de procurar garantir o rigor da informação veiculada (Cf. Deliberação ERC/2016/223(CONTJOR)).

Mas a esta preocupação quanto à necessidade de assegurar que os conteúdos quando informativos garantam o respeito pelas normas legais aplicáveis ao jornalismo, acresce a preocupação de salvaguarda do público quanto à exibição nesses espaços de imagens ou conteúdos que, pela sua alegada relevância informativa, carecem de tratamento específico, nomeadamente quanto à necessidade de acautelar o público quanto à sua natureza. Isto releva sobretudo porque, tratando-se de um programa de entretenimento, não é expectável para o público que aí sejam exibidos conteúdos passíveis de ferir a suscetibilidade ou mesmo com impacto negativo na livre formação da personalidade de menores.

Assim, é fundamental, em primeiro lugar, ponderar o acréscimo de valor informativo que esses conteúdos podem ou não trazer, garantir que a sua exibição não decorre apenas de uma intenção de exploração de emoções e dramatismo

dos acontecimentos e, em segundo lugar, salvaguardar o conhecimento do público do tipo de conteúdos que será exibido.

Para além destas questões, há ainda situações em que há uma falta de cuidado no tratamento das matérias abordadas, designadamente do foro político ou judicial, cuja cautela é sempre recomendada, sob pena de induzir os espectadores em erro. Ver, a este propósito, a Deliberação ERC/2018/143(CONTPROG-TV), reportada a uma situação num programa de entretenimento em que são divulgados cartazes de propaganda política, que, para além de não serem da campanha eleitoral a que se reportava a rubrica ("Viagem pelos melhores de 2017"), ainda retratavam pessoas falecidas.

Sendo certo que a questão é sobretudo reconduzível ao âmbito da liberdade de expressão, atento o carácter pretensamente humorístico da rubrica, ainda assim na medida em que resulta evidente (pela análise do programa) que houve um trabalho editorial prévio e na medida em que se reportam a questões suscetíveis de pôr em causa a informação do público ou colidir com direitos, liberdades e garantias fundamentais, sempre seria recomendável algum cuidado adicional no seu tratamento e abordagem.

Deliberações como as referidas e outras que vêm sendo adotadas pelo regulador sobre este e outros programas similares sublinham a preocupação de assegurar que as peças jornalísticas ou sujeitas a tratamento editorial prévio, incluídas no programa, respeitam os deveres dos jornalistas a que o operador se obriga ao transmitir conteúdos por estes produzidos. Portanto, deveres como o de «informar com rigor e isenção, rejeitando o sensacionalismo e demarcando claramente os factos da opinião», de abstenção de recolha de «declarações ou imagens que atinjam a dignidade das pessoas através da exploração da sua vulnerabilidade psicológica, emocional ou física», bem como o dever de «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», são deveres fundamentais dos jornalistas que devem ser respeitados/assegurados nesses conteúdos.

Mas não apenas os deveres dos jornalistas estão em causa, pois a complexidade das temáticas expostas e o enquadramento sensacionalista que lhes é conferido é susceptível de prejudicar manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e adolescentes.

Conteúdos de enorme violência psicológica que não são devidamente contextualizados poderão constituir elementos de difícil desconstrução para os menores. O tratamento destes conteúdos, alguns informativos, no âmbito de programas de entretenimento, não pode deixar de acautelar o respeito pelos direitos fundamentais mas também pelas limitações à liberdade de programação consagradas na lei setorial, nem tão pouco os espaços de comentário inseridos nestes programas, a coberto de alguma ligeireza própria do género entretenimento, podem olvidar que a liberdade de expressão não é um direito absoluto e situações há em que o seu uso merece ponderação em face de outros direitos que merecem igual garantia constitucional e que não podem ser abalroados pela absolutização de um sobre os outros (Cf. Deliberação 38/CONT-TV/2011).

O desrespeito pela dignidade da pessoa humana, o incitamento ao ódio através de discursos de teor xenófobo ou discriminatório não podem integrar a emissão dos operadores de televisão, mesmo que estes possam escudar-se por detrás da liberdade de expressão de um terceiro. Ao órgão de comunicação social cabe evitar ou tentar evitar a transmissão desses conteúdos. Exemplos há em que, apesar de o comentário não ser produzido em contexto jornalístico, o caso comentado aconteceu e foi relatado por um interveniente em direto, a partir do local, o que aumenta o nível de adesão do público à história contada. Ora, se o comentário não for moderado e ponderado é susceptível de contribuir para a perpetuação dos estereótipos negativos ou lesar direitos de terceiros, recaindo sobre os órgãos de comunicação social o dever de sensibilizar os seus colaboradores para estes perigos, bem como

procurar contraditar e desconstruir um discurso que possa ser percebido como discriminatório pelo público (Cf. Deliberação ERC/2017/15(CONTPROG-TV) e Deliberação 127/2015(CONTPROG-TV)).

Nestes espaços de comentário, sobretudo quando o painel de comentadores é integrado por profissionais qualificados a quem o público reconhece uma fiabilidade acrescida, importa sempre acautelar que as informações por estes transmitidas são idóneas e não contribuem para comportamentos discriminatórios nem tão pouco processos de estigmatização social (ver Deliberação ERC/2017/246(CONTJOR-TV)).

Os programas de entretenimento requerem um tratamento cuidadoso, pois o mesmo programa pode apresentar conteúdos informativos, opinativos ou meramente lúdicos. A distinção entre contextos de opinião e de informação obriga a uma diferenciação de fundo, sendo que a apreciação dos espaços de opinião deve ser enquadrada fundamentalmente «no campo do exercício da liberdade de expressão, entendida como o “direito de exprimir e divulgar livremente o pensamento pela palavra, pela imagem ou por qualquer outro meio” (Cf. artigo 37.º, n.º 1, da CRP) e coloca menos o acento tónico, por outro lado, no prisma da liberdade de imprensa e dos direitos e deveres associados à atividade jornalística de cariz eminentemente informativo» (Cf. Deliberação 18/CONT-I/2008).

É doutrina assente que a opinião em contexto jornalístico, apesar de protegida pela liberdade de expressão, não desresponsabiliza incondicionalmente os seus autores. «A liberdade de expressão e a liberdade de opinião não são absolutas, cedem quando em conflito com outros valores de superior interesse, como a dignidade da pessoa humana. Os órgãos de comunicação social que, a coberto de uma alegada liberdade de expressão, permitem a difusão de conteúdos que incitem, por exemplo, ao ódio racial, ou sejam, por qualquer razão, ofensivos da dignidade da pessoa humana, merecem um forte juízo de reprovação» (Cf. Deliberação 19/CONT-TV/2010), pelo que é legítimo reclamar dos operadores uma conduta mais atenta e cuidada para este género de situações, encetando esforços para não contribuir, nem mesmo através dos seus programas de entretenimento, para a propagação de estereótipos gravosos para o respeito da pessoa humana e coesão social (Cf. Deliberação 35/CONT-TV/2011).

Outro dos aspetos já analisados pela ERC resultante desta hibridização é o esbatimento das fronteiras entre os géneros discursivos tipo *talk show* e a entrevista jornalística e funções a estes associados.

Em situações como as analisadas na Deliberação ERC/2017/250 (CONTPROG-TV), em que a entrevista que deu origem à análise, ainda que integrada num programa de entretenimento, é enquadrada pelo próprio operador como conteúdo jornalístico, impõe-se a vinculação da entrevista às normas jurídicas e ético-deontológicas da atividade jornalística, obrigatórias, em primeiro lugar, para os profissionais que elaboram peças e, em segundo lugar, para os responsáveis editoriais e demais responsáveis pelo programa.

A “apropriação” de matéria noticiosa já previamente divulgada por outros órgãos de comunicação social, prática esta que, as mais das vezes, não se afigura reprovável do ponto de vista jornalístico, na medida em que seja assumida e resulte transparente aos olhos do público em geral, poderá também ela carecer de cautelas, pois haverá que assegurar que a notícia já divulgada cumpre os deveres legais e deontológicos impostos à atividade. Isto porque a síntese narrativa de informação originariamente divulgada por outro órgão de comunicação social identificando claramente esse facto, implica sempre algum tipo de edição da matéria em causa e, mais do que isso, não deixa de traduzir uma decisão de índole editorial, com a responsabilidade que lhe é inerente, não podendo o operador dissociar-se dessa evidência.

O operador que se “apropria” da notícia deverá acautelar que os interesses e direitos dos visados na matéria se encontram devidamente salvaguardados, garantindo o respeito pelos princípios estruturantes da atividade jornalística, pois de outro modo, e independentemente da responsabilidade do órgão de comunicação social que primeiramente

efetuou a divulgação, será igualmente o órgão que se apropria da matéria responsável pela sua divulgação (Cf. Deliberação 82/2015(CONTJOR)).

Neste e noutros casos, apesar de serem programas de entretenimento, espera-se que os destinatários saibam desconstruir a mensagem e perceber que, em alguns casos relatados nessas rubricas, estão em presença de um relato unilateral, baseado na visão de alguém. Todavia, quando um órgão de comunicação social lhe decide dar eco, aumenta exponencialmente a sua ressonância e a lesão do bom nome dos visados. Nesta medida, e independentemente do formato ou natureza que o programa possa assumir, devem ser observados os princípios e normas relativas ao exercício da atividade de comunicação social. Ou seja, há que indagar se não existem outros deveres que se imponham de modo transversal aos responsáveis pelos serviços de programas, independentemente da natureza concreta dos conteúdos transmitidos (Cf. Deliberação 12/CONT-TV/2011).

A integração de conteúdos de informação jornalística em programas que são notoriamente de outra natureza é difícil e incorre num perigoso jogo de assimilação do que de modo nenhum pode ser assimilável, através de uma mistura de géneros que corre o risco de descredibilizar o jornalismo.

Ainda que um conteúdo de entretenimento possa beneficiar pela incorporação de jornalistas que credibilizam a matéria, poderá também dar-se o efeito inverso e haver uma potencial perda de transparência na relação entre o serviço de programas e os seus telespectadores, na medida em que, num mesmo programa, coexistam conteúdos sob a exigência legal, ética e deontológica que impende sobre o jornalismo e outros que não implicam deveres da mesma natureza.

Assim, conteúdos informativos, ainda que inseridos em programas de entretenimento, deverão respeitar as exigências impostas à atividade jornalística, uma vez que no momento da sua emissão é posto de parte o género entretenimento ou *talk show* do programa, pelo que o apelo às emoções dos telespectadores, a exploração do sensacionalismo e à dramatização é sempre reprovável nesses espaços.

2.2 PROGRAMAS DE INFORMAÇÃO

Conforme referido supra, a pronúncia da ERC não se tem circunscrito à hibridização ocorrida em programas de entretenimento, sendo que o fenómeno tem-se revelado igualmente pertinente quando estão em causa programas informativos que integram conteúdos de outros géneros e a este propósito foram analisados programas como “Seis Por Meia Dúzia”, “Gato Fedorento Esmiúça os Sufrágios”, “Isto é tudo muito bonito, mas” e “Estrada Real – O Retrato do País que Vai a Votos”.

Programas como “Gato Fedorento Esmiúça os Sufrágios” e “Isto é tudo muito bonito, mas” são apresentados como espaços de humor, mas o set e a decoração são muito similares a um tradicional telejornal, o que é susceptível de confundir a perceção dos telespectadores. Tais programas consistiam num comentário humorístico à atualidade política, complementados com uma entrevista a uma personalidade política, a qual versava sobre temas de natureza política e era frequentemente relacionado com as campanhas eleitorais em curso. No entanto, o contexto em que se realizavam as entrevistas e o tom humorístico e irónico com que as perguntas eram feitas aos convidados, permitia conhecer os convidados por um prisma diferente e focar questões mais polémicas de forma descontraída (Cf. Deliberação 11/CONT-TV/2010 e Deliberação ERC/2016/113(CONTJOR-TV)).

Em rubricas como “Seis Por Meia Dúzia” e “Estrada Real – O Retrato do País que Vai a Votos” 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», sendo efetuada «uma reconstrução com um tratamento que enviesa e altera a perceção dos factos,

apelando à reação emocional do telespectador pela exploração de sensações». «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; (...) nas técnicas de edição características de géneros não informativos (ficção e entretenimento) usadas para instilar na narrativa um tempo de comédia (...)».

«[A] ambiguidade e coexistência de enunciados factuais com enunciados verosímeis, acentuada pelo uso generalizado de dispositivos de sensacionalismo em lugar de argumentos racionalmente fundamentados (...)», afasta essas rubricas dos conteúdos jornalísticos, porém e na medida em que contêm ainda assim «atributos de registo jornalístico ou informativo e opinativo, tal ambivalência é passível de provocar confusão no espectador», pelo que a sua inserção no alinhamento de um serviço noticioso foi já objeto de algumas reservas por parte da ERC (Cf. Relatório de Regulação da ERC de 2016).

O infoentretenimento mistura a informação com o entretenimento, o que pode interferir na compreensão do conteúdo. Nos casos analisados dos programas “Gato Fedorento Esmiúça os Sufrágios” e “Isto é tudo muito bonito, mas”, ainda que questionável a associação entre telejornais e programas humorísticos, pelo potencial de defraudação de expectativas do público, em particular se os segundos são apresentados praticamente como uma rubrica do telejornal, a dicotomia do discurso e evidente pendor humorístico, viabilizam a sua rápida desconstrução e identificação pelos telespectadores.

Já nos casos de rubricas como “Seis Por Meia Dúzia” e “Estrada Real – O Retrato do País que Vai a Votos”, amiúde se coloca a dificuldade de determinar se são conteúdos jornalísticos, constatando-se que se assim forem considerados estão sujeitos às regras jornalísticas de rigor, isenção, objetividade, diversificação de fontes e audição das partes com interesses atendíveis, ou seja, obrigados ao cumprimento das regras legais e éticas aplicáveis à atividade jornalística. Não sendo consideradas como conteúdos jornalísticos, sempre será necessária a sua identificação clara como crónica ou espaço de opinião, que deverá ser distinto e separado do alinhamento de um noticiário.

3. CONCLUSÃO

A necessidade de desenvolvimento de conteúdos que captem audiências televisivas tem promovido o surgimento de formatos de programas que, à partida, se diriam inconciliáveis. Conteúdos de informação requerem desde logo uma análise consentânea com o seu estatuto, que, dada a importância que desempenham na sociedade, convoca provisões legais e éticas específicas destinadas a garantir a sua qualidade, rigor, isenção e independência, protegendo os públicos de falsidades, inverdades e promoção ilegítima de interesses que possam prejudicar a confiança na sociedade e nas instituições e que criem uma ilusão da realidade difundida a coberto da capa de credibilidade do jornalismo.

Já aos conteúdos diversos da informação jornalística, não são colocadas exigências de índole similar, uma vez que os objetivos que prosseguem diferem grandemente.

O regulador, acompanhando cautelosamente o desenvolvimento destas novas realidades, tem sido confrontado com algumas situações que geram preocupações e alertas.

O infoentretenimento ou *infotainment* é uma dessas realidades e nela a ERC tem avançado com redobrados cuidados, com vista a equilibrar os diversos interesses e direitos em confronto.

Se, por um lado, num programa de entretenimento a abordagem de temas mais sérios e de interesse jornalístico poderá promover não só a informação do público de modo mais simplificado, como também alertar para situações

que merecem ser objeto de apreciação pública, a simplificação do discurso jornalístico, em particular quando aliado a um objetivo de dramatização do conteúdo para apelo às emoções, pode colidir com as regras e obrigações ético-legais que impendem sobre a atividade jornalística. A espectacularização e o sensacionalismo no tratamento de algumas questões podem pôr em causa direitos fundamentais de terceiros, cabendo aos operadores garantir que a sua programação respeite «a dignidade da pessoa humana e dos direitos, liberdades e garantias fundamentais» (Cf. artigo 27.º, n.º 1, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, LTSAP), bem como «a observância de uma ética de antena, que assegure o respeito pela dignidade da pessoa humana, pelos direitos fundamentais e demais valores constitucionais, em especial o desenvolvimento da personalidade de crianças e adolescentes» (Cf. artigo 34.º, n.º 1, da LTSAP).

Por outro lado, a inserção de rubricas de entretenimento num programa informativo, em particular num telejornal, viabiliza a transmissão e debate, as mais das vezes crítico ou satírico, acerca de assuntos que do ponto de vista da sociedade são considerados sérios, de uma forma simplificada e mais atrativa para o espectador. Porém, a sua inclusão num alinhamento de um telejornal ou como uma rubrica desse programa é susceptível de causar confusão de expectativas e perceção do público quanto ao conteúdo, sendo, por isso, recomendável a sua clara separação e distinção do conteúdo noticioso/jornalístico.

A ERC continuará a acompanhar a evolução destes géneros híbridos e seus impactos ao longo de 2019, estando prevista a elaboração de um estudo mais aprofundado e abrangente sobre a temática.

ATIVIDADE SANCIONATÓRIA DA ERC

1. VISÃO GLOBAL

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) foi criada pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro e tem como missão principal o exercício dos necessários poderes de regulação e de supervisão de todas as entidades que prossigam atividades de comunicação social em Portugal.

A ERC veio proceder à substituição da Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACS), cuja extinção ocorreu com a revogação da Lei n.º 43/98, de 6 de agosto, e é uma pessoa coletiva de direito público, dotada de autonomia administrativa e financeira e de património próprio, com natureza de entidade administrativa independente⁷⁸.

No exercício das suas funções expressamente previstas na Lei Fundamental, a ERC rege-se pelo disposto nos seus Estatutos, pelas disposições legais que lhe sejam especificamente aplicáveis e, subsidiariamente, pelo regime aplicável aos institutos públicos, visando a prossecução dos princípios da legalidade e da especialidade.

Uma das importantes funções da ERC é a promoção da correção e o incentivo à adoção de mecanismos de autorregulação por parte das entidades que prosseguem atividades de comunicação social e demais entidades relacionadas com o setor⁷⁹.

No quadro da União Europeia, a Entidade Reguladora pode igualmente estabelecer relações de cooperação ou associação com outras entidades públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras, «desde que isso não implique delegação ou partilha das suas competências reguladoras», sem prejuízo do dever de «manter mecanismos de articulação com as entidades reguladoras da concorrência e das comunicações e com o Instituto da Comunicação Social, designadamente através da realização de reuniões periódicas com os respetivos órgãos diretivos.»⁸⁰

A ERC pode solicitar a quaisquer entidades, públicas ou privadas, as informações e documentos necessários ao exercício das suas atividades, sem prejuízo da obrigação da comunicação oficiosa, por parte do poder judicial, do «teor das sentenças ou acórdãos proferidos em matéria de direito de resposta ou de crimes cometidos através dos meios de comunicação social, bem como em processos por ofensa ao direito de informar.»⁸¹

No âmbito dos procedimentos de regulação e supervisão que lhe estão legalmente cometidos, a ERC pode proceder a averiguações e exames em qualquer entidade ou local, cabendo aos operadores de comunicação social alvo de fiscalização facultar o acesso a todos os meios necessários para o efeito. Para a realização destas diligências, a ERC pode credenciar pessoas ou entidades especialmente qualificadas e habilitadas que integram uma listagem de publicação anual.⁸²

Em concreto, os funcionários e agentes da ERC, os seus mandatários, as pessoas ou entidades qualificadas, devidamente credenciadas, quando se encontrem no exercício das suas funções de fiscalização e apresentem título comprovativo dessa qualidade, são equiparados a agentes de autoridade e gozam de várias prerrogativas,

⁷⁸ Artigo 1.º, n.º 2 dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro

⁷⁹ Artigo 9.º dos citados Estatutos da ERC

⁸⁰ Artigo 11.º dos citados Estatutos da ERC

⁸¹ Artigo 10.º dos citados Estatutos da ERC

⁸² Artigo 53.º dos Estatutos da ERC

designadamente a de poderem aceder às instalações, equipamentos e serviços das entidades sujeitas à sua supervisão e regulação, requisitar documentos para análise, solicitar informações escritas, proceder à identificação dos indivíduos que infrinjam a legislação e regulamentação para posterior abertura de procedimentos e reclamar a colaboração das autoridades competentes.⁸³

Em termos orgânicos, a ERC é constituída pelo Conselho Regulador, responsável pela definição e implementação da ação de regulação, pela Direção Executiva, que detém a direção dos serviços, bem como a gestão administrativa e financeira, pelo Conselho Consultivo, órgão de consulta e de participação na definição das linhas gerais de atuação da ERC e pelo Fiscal Único.

No que concerne ao poder sancionatório, cabe à ERC processar e punir a prática de ilícitos contraordenacionais previstos nos seus Estatutos e nos que lhe forem atribuídos por qualquer outro diploma em matéria de comunicação social.

Incumbe ainda à ERC participar às autoridades competentes a prática de ilícitos penais de que tome conhecimento no desempenho das suas funções.⁸⁴

A instrução dos processos contraordenacionais instaurados pela ERC rege-se pelo disposto no Regime Geral das Contraordenações e Coimas⁸⁵ e, subsidiariamente, pelo disposto no Código de Processo Penal.⁸⁶

Dado constituírem infrações administrativas, encontram-se ainda adstritas ao regime contraordenacional e adicionalmente sujeitas a sanção pecuniária compulsória as situações de incumprimento das decisões individualizadas do Regulador.⁸⁷

A atividade da ERC está sujeita a acompanhamento parlamentar, bem como à jurisdição do Tribunal de Contas, sendo obrigatória a apresentação das contas anuais para efeitos de julgamento, embora não se encontrem sujeitos à obrigatoriedade de visto os atos e contratos celebrados pela ERC.

O controlo jurisdicional da atividade da ERC cabe aos tribunais judiciais competentes quando esteja em causa a impugnação de processos de contraordenação, cabendo das decisões proferidas no âmbito da resolução de litígios recurso para os tribunais judiciais ou arbitrais, nos termos previstos na lei.

A atividade dos órgãos e agentes da ERC fica sujeita à jurisdição administrativa, nos termos e limites expressamente previstos pelo Estatuto dos Tribunais Administrativos e Fiscais⁸⁸.

2. PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO INSTAURADOS

Desde a sua criação, a atividade da ERC tem registado uma intensidade variada ao longo dos anos relativamente ao sancionamento da violação das regras aplicáveis à regulação do mercado dos meios de comunicação social. No período compreendido entre 2006 e 2018, o Conselho Regulador da ERC adotou um total de 3553 deliberações relativas a autorizações, processos de contraordenação, conteúdos, direito de reposta, direito dos jornalistas, licenças, obrigações de programação, pareceres, pluralismo, registos, publicidade, sondagens e transparência (Cf. Figura 1).

⁸³ Artigo 45.º dos Estatutos da ERC

⁸⁴ Artigo 67.º dos Estatutos da ERC

⁸⁵ Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro

⁸⁶ Decreto-Lei n.º 78/87, de 17 de fevereiro, alterado pela Lei n.º 27/2019, de 28 de março

⁸⁷ Artigo 72.º dos Estatutos da ERC

⁸⁸ Artigo 75.º dos Estatutos da ERC

Fig. 1 - Total de processos contraordenacionais instaurados relativamente ao total de Deliberações adotadas por ano

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAIS
Deliberações	97	195	342	465	361	327	257	276	180	246	281	262	264	3553
Processos Contraordenacionais instaurados	10	19	31	49	53	38	16	31	14	36	21	14	12	344

* Fonte: Base de dados interna da ERC

No que toca aos processos contraordenacionais, a ERC procedeu à instauração de 344 processos, do total das 3553 Deliberações adotadas pelo Conselho Regulador no período em referência. O ano de 2010 destaca-se pelo maior número de processos contraordenacionais instaurados (53), provenientes do total das 361 Deliberações proferidas nesse ano pelo Conselho Regulador. Pelo contrário, as 97 Deliberações adotadas em 2006 originaram somente a abertura de dez processos de contraordenação.

Na atividade sancionatória da ERC, é possível identificar e distinguir os períodos quanto ao tipo de ilícito detetado. Assim, em 2006, 2008 e 2009 destacam-se os processos em que existem indícios de violação do artigo 7.º da Lei das Sondagens⁸⁹, e que é relativo às regras a observar na divulgação e interpretação de sondagens, e dos artigos 26.º e 27.º da Lei da Imprensa⁹⁰, referentes ao direito de resposta e de retificação.

A partir de 2010, assistiu-se a uma tendência para o crescimento do número de processos centrados em infrações relacionadas com o incumprimento dos artigos 29.º (Anúncio da programação) e 40.º (Tempo reservado à publicidade televisiva e à televenda) da Lei da Televisão e dos Audiovisuais a Pedido, doravante LTSAP⁹¹. Realça-se que 2010 foi o ano em que se assistiu a um maior número de processos (cerca de quatro) relacionados com a violação do n.º 5 do artigo 53.º dos Estatutos da ERC, o qual encerra o dever de colaboração para com a ERC por parte das entidades que prosseguem atividades de comunicação social.

Em 2011, a violação do artigo 29.º (Anúncio da programação) da LTSAP foi a infração mais verificada nos 38 processos instaurados.

O objeto dos processos abertos em 2012 e 2013 respeita a infrações ao artigo 7.º da Lei das Sondagens e ao artigo 26.º da Lei de imprensa (direito de resposta).

Em 2014 e 2015 registou-se uma maior diversidade nos ilícitos. Predominam as contraordenações relativas ao direito de resposta, ao artigo 33.º da LTSAP (direito a extratos informativos) e ainda ao artigo 4.º, n.º 6, da Lei da Rádio⁹², doravante LR, que respeita a alteração de domínio dos operadores. Entre as infrações mais comuns estão também as relativas ao cumprimento de regras sobre concursos publicitários em programas de televisão. Para além do direito de resposta, os processos abertos em 2016, 2017 e 2018 incidiram, na sua maioria, sobre a violação dos artigos 40.º (Tempo reservado à publicidade televisiva e à televenda) e 41.º - A (colocação de produto e ajuda à produção) da LTSAP.

⁸⁹ Lei n.º 10/2000, de 21 de junho

⁹⁰ Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, retificada pela Declaração de Retificação n.º 9/99, de 18 de fevereiro, alterada pela Lei n.º 19/2012, de 8 de maio e pela Lei n.º 78/2015 de 29 de julho)

⁹¹ Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pelas Leis n.º 8/2011, de 11 de abril, e n.º 40/2014, de 9 de julho e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho

⁹² Lei n.º 54/2010 de 24 de dezembro, alterada pela Lei n.º 38/2014, de 9 de julho e Lei n.º 78/2015 de 29 de julho

3. DECISÕES EM PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO INSTAURADOS

Dos 344 processos abertos no período em referência, 282 foram, entretanto, decididos (representando 81,9 %) e, destes, 61 processos resultaram na aplicação de coima (17,7 %), 109 na aplicação de admoestação (31,6 %), tendo os restantes sido arquivados (32,5 %).

Verifica-se, assim, que estão por concluir 18,2 % do total dos processos de contraordenação instaurados no período compreendido entre 2006 e 2018.

Fig. 2 – Decisões em processos de contraordenação instaurados por ano (período 2006 a 2018)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAIS
Arquivamento	16	15	16	24	14	8	5	5	1	4	2	2	0	112
Admoestação	0	1	6	9	22	18	14	22	9	4	2	2	0	109
Coima	0	1	4	8	6	11	7	6	9	5	1	3	0	61

* Fonte: Base de dados interna da ERC

A ERC é, naturalmente, pelas suas atribuições, a entidade com competência para o processamento das contraordenações em matéria de comunicação social e para a aplicação das respetivas coimas. O valor das coimas por si aplicadas e o produto das custas processuais cobradas em processos contraordenacionais constituem receitas da ERC⁹³ na medida da percentagem que lhe for atribuída pelos diversos diplomas legais.

Cerca de 18% dos processos instaurados neste período culminaram na aplicação de coimas.

4. IMPUGNAÇÃO JUDICIAL DE DECISÕES DA ERC

As decisões de condenação da ERC em processos de contraordenação foram aceites pelos seus destinatários em mais de 87 % dos casos. Apenas 40 foram objeto de impugnação judicial, o que representa cerca de 12 % do total no período em referência, não existindo um nexo causal entre o montante das coimas aplicadas e a decisão de impugnação das decisões (Cf. Figura 3).

Fig. 3 – Decisões impugnadas por ano (período 2006 a 2018)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAIS
Impugnação Judicial	0	0	3	4	3	8	7	6	4	2	1	2	0	40

* Fonte: Base de dados interna da ERC

⁹³ Artigo 50.º, alínea d), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

De seguida, apresenta-se, a título meramente ilustrativo, uma amostra do sentido das decisões já transitadas em julgado, proferidas no âmbito dos procedimentos contraordenacionais conduzidos por esta entidade reguladora, cuja seleção atendeu ao valor da coima aplicado.

- Decisão de aplicação de coima no valor de 75 000,00 euros à TVI – Televisão Independente, S.A., por violação do artigo 27.º, n.º 3, da Lei da Televisão [Decisão 8/PC/2012, de 18-04-2012]. Esta decisão foi judicialmente impugnada, tendo o TCRS confirmado a decisão administrativa. A arguida recorreu para o Tribunal da Relação de Lisboa, que manteve a decisão recorrida.
- Decisão de aplicação de coima no valor de 60 000,00 euros à Sojormedia Capital, S.A., por incumprimento do artigo 7.º, n.º 2 da Lei das Sondagens [Deliberação 79/2014 (SOND-I-PC), de 18-04-2014]. Esta decisão foi judicialmente impugnada, sendo que o TCRS confirmou a decisão administrativa. A arguida recorreu, mas o Tribunal da Relação de Lisboa manteve a coima aplicada pela ERC.
- Decisão de aplicação de coima no valor de 24 939,99 euros à Sojormedia Capital S.A., por incumprimento do artigo 7.º, n.º 2, da Lei das Sondagens [Deliberação 76/2014 (SOND-I-PC), de 18-06-2014]. Esta decisão foi judicialmente impugnada, sendo que o TCRS confirmou a decisão administrativa. A arguida recorreu, mas o Tribunal da Relação de Lisboa manteve a coima aplicada pela ERC.
- Decisão de aplicação de coima no valor de 20 000,00 euros à TVI – Televisão Independente, S.A., por violação do artigo 27.º, n.º 4, da LTSAP [Deliberação ERC/2016/262 (CONT-TV-PC), de 07-12-2016].
- Decisão de aplicação de coima no valor de 20 000,00 euros à DREAMIA – Serviços de Televisão, S.A., por violação do n.º 4 do artigo 27.º da LTSAP [Deliberação 187/2013 (CONTPROG-TV-PC), de 10-07-2013]. Esta decisão foi judicialmente impugnada, sendo que o TCRS confirmou a decisão administrativa.
- Decisão de aplicação de coima no valor de 20 000,00 euros à TVI – Televisão Independente, S.A., por violação do artigo 27.º, n.º 8, da LTSAP [Deliberação ERC/2016/125 (CONTPROG-TV-PC), de 01-06-2016]. Esta decisão foi judicialmente impugnada, tendo o TCRS confirmado a decisão administrativa. A arguida recorreu para o Tribunal da Relação de Lisboa, que manteve a decisão recorrida.
- Decisão de aplicação de coima no valor de 18 750,00 euros à Nextv – Televisão, Rádio e Multimédia, S.A., por violação do artigo 21.º da Lei da Televisão [Deliberação 161/2014 (AUT-TV-PC), de 13-11-2014]. Esta decisão foi judicialmente impugnada, sendo que o TCRS confirmou a decisão administrativa. A arguida recorreu, mas o Tribunal da Relação de Lisboa manteve a coima aplicada pela ERC.
- Decisão de aplicação de coima no valor de 12 469,94 euros à GUESS WHAT PR, por violação do artigo 7.º, n.º 1 da Lei das Sondagens [Deliberação ERC/2016/196 (SOND-PC), de 31-01-2016].
- Decisão de aplicação de coima à RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A., no valor de 11 250,00 euros, por violação do artigo 29.º, n.º 2 da Lei da Televisão [Deliberação ERC/2017/249 (PROG-TV-PC), de 06-12-2017].
- Decisão de aplicação de coima no valor de 10 000,00 euros à TVI – Televisão Independente, S.A., por violação do artigo 27.º, n.º 4, da LTSAP [Deliberação 14/PC/2011], de 05-11-2011].
- Decisão de aplicação de coima à RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A., no valor de 7500,00 euros, por violação do artigo 29.º, n.º 2 da Lei da Televisão [Deliberação 10/PC/2011, de 27-04-2011].

- Decisão de aplicação de coima no valor de 3491,58 euros à SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S. A., por violação do artigo 34.º, n.º 1, alínea e) e n.º 2, e artigo 24.º, n.º 6 da LTSAP [Deliberação 23/PC/2011, de 28-09-2011]. Esta decisão foi judicialmente impugnada, sendo que o TCRS confirmou a decisão administrativa.

5. SANCÕES

Como vimos supra (Figura 1), em 2018 foram instaurados 12 processos contraordenacionais, suscitando-se agora a questão de saber se a atividade sancionatória da ERC se limita ou extravasa este restrito âmbito das contraordenações. Em causa, para além das previsões de competências da ERC – nos seus Estatutos como na demais legislação setorial – estará um problema jurídico-doutrinário mais profundo quanto ao próprio conceito de «sanção». Mesmo abstraindo-nos de qualquer tentativa de definição conceptual de «sanção» no âmbito genérico da atividade de regulação (distinta, portanto, da judicial), sempre encontramos a dúvida sobre o que são «sanções», no quadro do exercício das competências próprias e legalmente previstas da ERC.

SANÇÕES – CONCEITO E QUADRO NORMATIVO

O CONCEITO DE SANÇÃO

Uma visão simplista poderia apenas fazer corresponder ao conceito de «sanção» a cominação de previsões relativas a ilícitos caracterizáveis como crimes (penas) ou como ilícitos de mera ordenação social, leia-se contraordenações (coimas).

Sendo naturalmente os primeiros da esfera de competência judicial, restariam à regulação apenas os segundos. Nesta aceção apenas as contraordenações aplicadas, ou melhor, deliberadas, pela ERC seriam «sanções».

Este sentido, estrito, é redutor da ação de regulação em geral, e na área da comunicação social em particular. Notamos que, enquanto entidade reguladora independente, a função da ERC se revela também por uma função pedagógica e conformadora, por um lado, mas também de «decisor/árbitro» de juízos de admissibilidade de comportamentos no setor, por outro.

Dito de outra forma: apenas à ERC – independente dos regulados, do mercado e dos decisores políticos, de acordo com o artigo 4.º dos Estatutos da ERC (EsttERC)⁹⁴ – caberá um juízo de condenação de práticas dos órgãos de comunicação social, sejam originados por queixosos, sejam de iniciativa oficiosa. Juízo este que, como seu resultado final, pode levar, p. ex., à adoção de uma Deliberação «condenatória» (enquanto juízo de censura repercutível na esfera do regulado)⁹⁵ sem recurso à abertura de processo contraordenacional.

Exemplo desta tipologia de «sanção» será a adoção de uma Recomendação (artigo 63.º dos EsttERC) que, não sendo vinculativa no seu conteúdo, é obrigatoriamente divulgada pelo OCS (órgão de comunicação social) visado (artigo 65.º EsttERC). O mesmo se verifica nos casos de adoção de uma decisão individualizada, ainda que para além da obrigatória publicitação, o conteúdo desta seja vinculativo (artigo 64.º, n.º 2).

⁹⁴ Aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

⁹⁵ Abstemo-nos, para efeitos deste argumento, da caracterização técnico-jurídica de decisão condenatória como limitada a «atos administrativos» – enquanto «decisões que, no exercício de poderes jurídico-administrativos, visem produzir efeitos jurídicos externos numa situação individual e concreta», nos termos do artigo 148.º do Código de Procedimento Administrativo (CPA). De facto, como resulta dos objetivos da regulação, atribuições da ERC e competências do conselho Regulador da ERC (artigos 7.º, 8.º e 24.º dos EsttERC), mas também do exercício da supervisão (art.º 53.º), da produção de regulamentos (art.º 62.º), diretivas e recomendações (art.º 63.º) e decisões individualizadas (art.º 64.º), nem sempre a um «juízo de censurabilidade» corresponderá uma CO ou nem mesmo uma decisão ou «vise produzir efeitos jurídicos externos» na esfera jurídica dos regulados.

Esta publicidade dada a um juízo de censura – ainda que sem processo de contraordenação nem coima – no e sobre a conduta desse OCS, é ela própria, materialmente, uma sanção, ainda que num sentido mais amplo.

Pelo contrário, ao exercício das competências reguladoras da ERC, em particular no que concerne à observância das obrigações dos OCS resultantes de regras legais imperativas, nem sempre corresponde uma «sanção», naqueloutro sentido estrito de contraordenação.

O exemplo mais gritante deste último caso é a violação do dever de rigor informativo. Pese embora a imperatividade normativa deste dever de rigor que impende sobre a informação divulgada em órgãos de comunicação social, à sua violação não corresponde qualquer «sanção» legalmente prevista (naquele primeiro sentido estrito) enquanto contraordenação.

Por clareza dos dados quantitativos – sem assumir desde já uma posição naquele debate do conceito de «sanção» – apresentamos dados agregados relativos a contraordenações, referindo aqueloutro tipo de forma meramente exemplificativa.

Sublinha-se, assim, a vantagem de rigor quantitativo de publicação de processos de contraordenações neste Relatório de Regulação, sem abdicar de destacar qualitativamente a «falta», no exercício de atividade reguladora, de idênticos recursos quando em face de possíveis violações de princípios e valores basilares da atividade de comunicação social – máxime, p. ex., falta de rigor informativo.

COMPETÊNCIAS DA ERC

No âmbito das competências genéricas da ERC em matéria sancionatória, em particular no que à condução de processos contraordenacionais respeita, podemos elencar as previsões legais de acordo com a sua inserção sistemática nos diplomas reguladores do setor da Comunicação social. Assim, podemos encontrar a atribuição genérica de competências nos seguintes diplomas:

Estatutos da ERC⁹⁶

Nos EsttERC a previsão legal mais relevante em matéria de atribuição de competências sancionatórias é, de forma destacada, o artigo 67.º, sob epígrafe «Procedimentos sancionatórios».

Contudo, dispersas no diploma, encontramos outras previsões de competências que, direta ou indiretamente, podem implicar uma ação reguladora em que esteja ínsito um juízo de censura sancionatório (no sentido suprarreferido). Entre essas normas, são identificáveis as previsões constantes dos artigos:

Artigo 12.º, alínea c), in fine. No que respeita à determinação da prática de infrações e aplicação das competentes sanções;

Artigo 24.º, n.º 3, alínea f). No que respeita à aplicação de normas sancionatórias previstas na legislação setorial específica, designadamente a suspensão ou a revogação dos títulos habilitadores do exercício da atividade de rádio e de televisão. Bem como na alínea ac) do mesmo número e artigo. Neste caso, no que concerne à condução do processo das contraordenações cometidas através de meio de comunicação social, cuja competência lhe seja atribuída (à ERC) pelos EsttERC ou por qualquer outro diploma legal, bem como aplicar as respetivas coimas e sanções acessórias;

⁹⁶ Aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

Artigo 50.º, alíneas d) e e), na medida em que preveem, para além do produto das coimas («sanções» em sentido estrito, vide supra) também o produto das custas processuais e das sanções pecuniárias compulsórias.

Lei de Imprensa (LI)⁹⁷

Na LI a atribuição de competências à ERC, para o processamento das contraordenações e aplicação das respetivas coimas, está, de forma genérica, consagrada no artigo 36.º, sob a epígrafe «processamento das contraordenações e aplicação das coimas». Uma vez mais encontramos, pelo menos numa outra norma do mesmo diploma, adicional previsão de competências no artigo 27.º da LI, no caso referentes à «efetivação coerciva do direito de resposta e de retificação» (ainda que atualmente conjugado com os posteriores artigos 59.º e seguintes dos EsttERC).

Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTV)⁹⁸

A LTV (mais recente do que a LI) contém previsão mais genérica de atribuição de competências à ERC, não só para o processamento das contraordenações e aplicação das respetivas coimas, mas também para «a regulação das matérias previstas na presente lei e a fiscalização do seu cumprimento». Uma previsão que alarga a atuação reguladora, e entre esta a sancionatória, para além do sentido estrito de «sanção» enquanto contraordenação.

A previsão em causa consta do artigo 93.º da LTV, sob a epígrafe «competências de regulação».

Ainda assim, pese embora aquele alargamento, voltamos a encontrar no mesmo diploma pelo menos numa outra previsão de competências no artigo 86.º, n.º 1. Esta previsão, específica da LTV, refere-se à competência da ERC para suspender a retransmissão de serviços de programas televisivos ou dos respetivos programas em casos tipificados de reincidência em violação legal grave (vide infra). De notar que a previsão do artigo 86.º, n.º 1 se enquadra sistematicamente na secção II do Capítulo VII, sob a epígrafe «Regime sancionatório», e neste sentido já não dispersa numa outra temática regulatória do diploma.

Lei da Rádio (LR)⁹⁹

A LR, cronologicamente mais próxima da LTV mas anterior a esta, adota já uma formulação genérica de atribuição à ERC da competência de fiscalização – no artigo 76.º – mas divide esta da competência (específica) para a condução do processo contraordenacional – aqui autonomamente prevista no artigo 77.º (em particular no seu n.º 1) da LR.

Uma vez mais, apesar daquela formulação mais genérica, encontramos outras normas de competências, mas desta feita sistematicamente concentradas na Secção I («Formas de responsabilidade») do Capítulo VI (Normas sancionatórias»). Entre essas normas, são identificáveis as previsões constantes dos artigos:

Artigo 70.º. Normativo com a epígrafe «sanções acessórias» que respeita à aplicação dessas sanções (vide infra) enquanto acessórias a uma contraordenação condenatória específica, tal como prevista no artigo 69.º, e aqui tipificadas;

⁹⁷ Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, retificada pela Declaração de Retificação n.º 9/99, de 18 de fevereiro, alterada pelo artigo 95.º da Lei n.º 19/2012, de 8 de maio, e pela Lei n.º 78/2015 de 29 de julho.

⁹⁸ Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, retificada pela Declaração de Retificação n.º 82/2007, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, Lei n.º 40/2014, de 9 de julho e Lei n.º 78/2015 de 29 de julho.

⁹⁹ Lei n.º 54/2010 de 24 de dezembro, alterada pela Lei n.º 38/2014, de 9 de julho e pela Lei n.º 78/2015 de 29 de julho.

Artigo 73.º, que prevê casos de «revogação das licenças ou autorizações» para o exercício de atividade de rádio, em casos tipificados (vide infra, artigo 73.º enquanto «sanção»).

Lei das Sondagens (LSond)¹⁰⁰

A LSond, já de 2000 e sem divisão do articulado, concentra também a generalidade das competências da ERC nas previsões de um artigo, o artigo 15.º (conjugado com o artigo 2.º, n.º 3, da Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro). A formulação do seu n.º 1, por menos genérica do que a constante das leis anteriormente referidas, careceu da explicitação de competências sancionatórias, mormente as constantes ou decorrentes das previsões das alíneas e) e g) desse n.º 2. Genericamente podemos afirmar que se encontra aqui a atribuição de competências para apreciar (e decidir) queixas bem como para aplicar coimas (decorrentes de processo de contraordenação).

Esta formulação genérica não impede a constatação de pelo menos outras duas previsões normativas passíveis de atribuírem competências, nomeadamente nos artigos:

Artigo 13.º, dedicado a «queixas relativas a sondagens ou inquéritos de opinião». Normativo que atribui competência à ERC (e, consoante os casos, à Comissão Nacional de Eleições) para apreciar e deliberar sobre queixas relativas à publicação ou difusão de sondagens ou inquéritos de opinião;

Artigo 14.º. Com a epígrafe «dever de retificação», o n.º 1 deste artigo atribui à ERC competência para deliberar sobre retificações de sondagens, a serem publicadas ou difundidas pelo responsável pela publicação ou difusão errónea.

Estatuto do Jornalista (EJ)¹⁰¹

No EJ, e atentas as competências próprias da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista,¹⁰² a competência da ERC em matéria sancionatória¹⁰³ restringe-se à previsão do artigo 20.º, n.º 6. Norma que atribui competência para a instrução de processos de contraordenações e aplicação das respetivas coimas em dois casos específicos (vide infra).

Sistema de Registos da Comunicação Social (SReg.)¹⁰⁴

No sistema de Registos da Comunicação social, as competências sancionatórias da ERC estão concentradas na previsão genérica do artigo 39.º, com a epígrafe «fiscalização e competência em matéria de contraordenações», em particular no seu n.º 2.

6. SANÇÕES – PREVISÕES SANCIONATÓRIAS NA LEGISLAÇÃO SETORIAL

Elencadas as normas legais de atribuição de competências sancionatórias da ERC, cumpre agora idêntico exercício para as previsões dessas sanções em concreto na legislação setorial.

De recordar o que dissemos supra quanto ao «conceito de sanção», em sentido estrito e em sentido amplo. Distinção que metodologicamente também aqui seguimos, privilegiando o papel central das contraordenações, mas não

¹⁰⁰ "Lei das Sondagens" – Regime jurídico da publicação ou difusão de sondagens e inquéritos de opinião, aprovado pela Lei n.º 10/2000, de 21 de junho.

¹⁰¹ Estatuto do Jornalista (EJ) – Lei n.º 1/99, de 13 de janeiro, alterada pela Lei n.º 64/2007, de 6 de novembro e retificada pela Declaração de Retificação n.º 114/2007.

¹⁰² Artigos 18.º-A e 18.º-B do EJ.

¹⁰³ À ERC são atribuídas outras competências no âmbito do EJ, mas de natureza não sancionatória (p. ex. artigo 10.º, n.º 4 e artigo 12.º, n.º 6).

¹⁰⁴ Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, retificado pela Declaração de Retificação n.º 10-BC/99, de 30 de junho, e alterado pelo Decreto Regulamentar n.º 7/2008, de 27 de fevereiro e pelo Decreto Regulamentar n.º 2/2009, de 27 de janeiro.

descurando outros desvalores que, decorrendo da ação reguladora da ERC e pelo juízo de censura implícita que acarretam, podem ser materialmente entendidas como «sanções».

Por fim, pontualmente, são destacadas notórias falhas de previsão sancionatória ou singularidades legísticas. Seguimos aqui, como quanto às normas de competências, a divisão sistemática dos diplomas do setor.

ESTATUTOS DA ERC (ESTTERC)²⁹

As contraordenações tipificadas nos EsttERC estão, sistematicamente, agrupadas na Secção II («Dos ilícitos de mera ordenação social») do Capítulo VI («Da responsabilidade»), ou seja, entre os artigos 67.º e 71.º. Esta Secção, precedida da dedicada aos crimes, antecede a previsão «Da sanção pecuniária compulsória» na subsequente Secção III. Sendo esta última, expressamente identificada como «sanção» («sanção pecuniária compulsória») e dado aquele sentido amplo exposto supra, integramos esta previsão no elenco principal das sanções previstas nos EsttERC. Entre estas previsões encontramos:

1. No artigo 68.º – A recusa de colaboração com a ERC (*i.e.*, inobservância dos n.ºs 5 e 6 do artigo 53.º). Contraordenação punível com coima de 5000 a 25 000 euros, intervalo que decuplica no caso de pessoas coletivas;
2. No artigo 69.º – A recusa de acesso para averiguações e exames (*i.e.*, recusa de cumprimento do n.º 1 do artigo 53.º). Contraordenação punível com coima de idênticos limites (5000 a 25 000 euros, quando cometida por pessoa singular, e de 50 000 a 250 000 euros, tratando-se de pessoas coletivas);
3. No artigo 70.º – A não preservação de registo e punibilidade da respetiva negligência (inobservância do n.º 3 do art.º 59.º). Contraordenação punível com coima de 5000 a 50 000 euros;
4. No artigo 71.º – A recusa de acatamento ou cumprimento deficiente de decisão (decisão que ordene publicação de resposta, retificação, direito de antena ou réplica política – art.º 60.º). Contraordenação punível com coima de 5000 a 25 000 euros, para pessoas singulares, e 50 000 a 250 000 euros, para pessoas coletivas;
5. Artigo 72.º – Sanção pecuniária compulsória (por atraso no cumprimento de decisão individualizada). Uma sanção quantificada em 100 euros por dia de atraso, quando a infração for cometida por pessoas singular, valor que aumenta para os 500 euros diários no caso de o infrator ser pessoa coletiva.

Naquele outro sentido mais amplo (e qualitativo) de «sanção», podemos ainda destacar as seguintes previsões normativas:

6. Artigo 58.º, n.º 2 – Presunção de confissão dos factos alegados numa queixa, em caso de não oposição. Uma óbvia «não sanção» (mera presunção legal) mas que, caso não fosse ilidível, acarretaria um possível automatismo entre a não oposição, a confissão e as eventuais sanções (nos casos supra – conducentes a contraordenações). De notar, contudo, que, tratando-se de uma presunção ilidível, a ERC pode (e deve) aferir da razoabilidade dos factos alegados pelo queixoso face a outros, de conhecimento público e notório ou que de outra forma tenha acesso em virtude do exercício das suas competências. Contudo, não sendo suscitada a razoabilidade das alegações, a falta de oposição pelo OCS implica, por virtude desta presunção legal, um inegável automatismo do ónus de provimento da queixa e censura/condenação do OCS visado;

¹⁰⁵ Aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

7. Artigo 63.º (em conjugação com artigo 65.º) – Recomendações individualizadas, sem carácter vinculativo, mas obrigatoriamente divulgadas pelo próprio OCS.
Caso que, não consubstanciando uma contraordenação, e não havendo assim lugar à aplicação de qualquer coima, constitui desvalor próprio a publicação (ou emissão) pelo órgão de comunicação social visado, pela implícita, ou por vezes explícita, crítica a práticas anteriores que justificaram a Recomendação;
8. Artigo 64.º (em conjugação com artigo 65.º) – Publicitação de decisões individualizadas, com conteúdo vinculativo, no próprio OCS.
Aqui, como no caso anterior, é a publicitação da decisão individualizada da ERC que constitui desvalor para o OCS visado, pelo juízo de censura implícito na Deliberação da ERC.

Para além destas sanções, como tal explícita ou implicitamente qualificadas, é possível identificar casos sem previsão de sanção nos EsttERC:

1. O caso mais paradigmático é o do desrespeito pelo dever de rigor informativo. Face ao que precede – sobretudo quanto a decisões individualizadas (artigo 64.º) e Recomendações (artigo 63.º) – na interpretação do artigo 7.º, alínea d), estará ínsito o propósito da ERC efetivar junto do público «a responsabilidade editorial» do OCS que desrespeite o dever de rigor informativo. Formulação bastante para fundamentar decisão individualizada ou recomendação da ERC e respetiva publicitação.
Contudo, à quantidade de queixas e denúncias neste âmbito, bem como o conteúdo específico destas – por vezes focadas nos efeitos individuais desse desrespeito pelo rigor informativo, e assim avessas a maior publicitação do caso – não correspondem competências sancionatórias da ERC que, nesta matéria, não dispõe de previsão legal que lhe permita iniciar processo de contraordenação nem aplicar eventuais coimas;
2. A denegação (ou cumprimento deficiente) do exercício do direito de resposta ou de retificação, pode ter como consequência decisão que ordene a publicação, caso o recurso para a ERC tenha provimento. Mas a esta conduta não corresponde nos EsttERC uma sanção autónoma, em sentido estrito ou amplo. De facto, uma decisão que, em recurso, ordene a publicação de direito de resposta ou de retificação apenas garante o exercício do direito, mas não penaliza, censurando, a sua inicial denegação nos termos do artigo 60.º dos EsttERC, mas nos termos de legislação de cada meio. Esse desvalor, essa sanção, está previsto de forma dispersa na legislação setorial como contraordenação (e consequentes coimas):
 - a. Na LI – Artigo 35.º, n.º 1, alínea d), com coimas entre os 2493,989 e os 14 963,937 euros;
 - b. Na LTV – Artigo 76.º, n.º 1, alínea a), no caso de cumprimento deficiente; e artigo 76.º, n.º 1, e alínea b), no caso de denegação do direito (ambas com coimas entre os 20 000 e os 150 000 euros); e
 - c. Na LR – Artigo 69.º, n.º 1, alíneas a), c) e d), cada uma com um intervalo diferente de mínimos e máximos das coimas correspondentes (globalmente variando entre os 1250 e os 100 000 euros).

É razoavelmente evidente a vantagem técnico-jurídica da uniformização dos critérios e requisitos da previsão contraordenacional, mesmo que o legislador viesse a manter uma diferenciação da moldura da coima em função do meio.

Casos atípicos:

Nos termos do artigo 66.º dos EsttERC, a recusa de acatamento ou o cumprimento deficiente, com o intuito de impedir os respetivos efeitos, das decisões tipificadas no n.º 1 deste artigo 66.º – que incluem, na alínea a), os casos de decisão que ordene a publicação ou transmissão de direito de antena ou de réplica política – constitui «crime de desobediência qualificada». Como sabemos a tipificação como «crime» afasta a competência da ERC, pelo que não será aqui tratada esta matéria.

Mas podemos analisar o sancionamento do desrespeito pelo direito de antena e de réplica política numa outra lógica, contraordenacional, pela quase duplicação da previsão daquele artigo 66.º, n.º 1, alínea a), como crime, e no artigo 71.º, alínea a), como contraordenação.

Pese embora à previsão do artigo 24.º, n.º 3, da alínea j) dos EsttERC – bem como do artigo 8.º, alínea j); e epígrafe da Secção III do Capítulo V – não corresponda de forma expressa um procedimento de recurso, o «procedimento de regulação e supervisão» destes casos desaguará, por imperativo legal do artigo 60.º, em solução em tudo idêntica à prevista para recursos por denegação ou cumprimento deficiente do exercício de direito de resposta ou de retificação (*vide supra*). O que, a afinal do procedimento, nos levará a indagar da norma sancionatória.

Também aqui, como no direito de resposta, presumiríamos que a previsão sancionatória se encontraria dispersa em função do meio:

- a. Na LTV esta contraordenação está prevista no artigo 76.º, n.º 1, alíneas a) e c) e no artigo 77.º, n.º 1, alínea e), correspondendo uma coima de 20 000 a 150 000 euros;
- b. Na LR esta contraordenação está prevista no artigo n.º 69.º, n.º 1, alínea c), à qual corresponde uma coima de 3750 a 25 000 euros.

Para além destas previsões da LTV e LR, encontramos nos EsttERC norma sancionatória genérica sobre a matéria – no artigo 71.º, alínea a) – *vide supra*.

Contudo, ao contrário da LTV e LR, esta norma dos EsttERC tem como objeto a «recusa de acatamento ou o cumprimento deficiente, com o intuito de impedir os efeitos por ela visados, de (...) *Decisão* que ordene a publicação ou transmissão de (...) direito de antena ou de réplica política».

Ou seja, havendo norma sancionatória para o incumprimento de decisão da ERC, apenas há norma sancionatória para a violação inicial (denegação do direito) na televisão e na rádio. Esta aparente diferenciação resulta, contraintuitivamente, de uma exagerada abrangência da norma genérica dos EsttERC, uma vez que na imprensa, ao contrário da TV e rádio, não há «serviço público» onde exercer aquele direito.

LEI DA IMPRENSA

No Capítulo VI da LI encontramos o quadro normativo referente às formas de responsabilidade (artigo 29.º a 36.º). Quadro que inclui normas de determinação de responsabilidade (incluindo autoria e participação), termos de punibilidade de crimes, tipificação de alguns destes (p. ex. desobediência qualificada e atentado à liberdade de imprensa), publicidade de decisões, competência contraordenacional e, obviamente, a tipificação de contraordenações.

Estas últimas, as contraordenações tipificadas na LI, estão concentradas no artigo 35.º, com as previsões da violação de:

1. No artigo 35.º, 1, a) – coima de 498,80 a 2493,99 euros – a inobservância de:
 - a. Obrigações de publicação (número de registo, nome do proprietário, número de registo de pessoa coletiva, nomes dos administradores, detentores de mais de 10 % do capital, sede do editor, impressor e da redação, tiragem), na edição das publicações periódicas, previstas no artigo 15.º, n.º 2;
 - b. Obrigação de publicação (autor, editor, número de exemplares da edição, sede do impressor, data da impressão), nas publicações não periódicas, previstas no artigo 15.º, n.º 3;
 - c. Obrigações de transparência da propriedade, previstas no artigo 16.
 - d. Obrigações relativas ao depósito legal (publicações com incentivos do Estado), previsto no artigo 18.º, n.º 2;
 - e. Normas relativas à designação e demissão de Diretor, previstas no artigo 19.º, n.ºs 2 e 3;
 - f. Normas relativas à publicação de texto de resposta que excede limites, previstas no artigo 26.º, n.º 1.
2. No artigo 35.º, 1, b) – coima de 997,60 a 4987,98 euros – a inobservância de:
 - a. Dever de registo prévio de publicações periódicas, empresas jornalísticas e empresas noticiosas, previsto no artigo 5.º, n.º 3 da mesma LI;
 - b. Obrigações de identificação (título, data, período de tempo a que respeitam, nome do diretor, preço unitário), em cada edição das publicações periódicas, tal como previstas no artigo 15.º, n.º 1;
 - c. Normas relativas ao prazo de publicação do direito de resposta, previstas no artigo 26.º, n.º 2;
 - d. Normas relativas à localização da publicação de texto de resposta, previstas no artigo 26.º, n.º 3;
 - e. Normas de conexão do texto de resposta à 1ª página, previstas no artigo 26.º, n.º 4;
 - f. Normas de conexão de texto de retificação à 1ª página, previstas no artigo 26.º, n.º 5;
 - g. Normas relativas a limites a notas de direção na mesma edição da publicação de texto de resposta, previstas no artigo 26.º, n.º 6;
 - h. Obrigações de identificação de publicidade, previstas no artigo 28.º, n.º 2.

3. No artigo 35.º, 1, c) – coima de 2493,99 a 4987,98euros:
 - a. A inobservância das obrigações conexas com o Estatuto Editorial (elaboração, adoção, compromissos, publicação e alterações), previstas no artigo 17.º.
4. No artigo 35.º, 1, d) – coima de 2493,99 a 14 963,94 euros:
 - a. Inobservância de normas de publicação de direito de resposta ou de retificação por procedência de recurso, previstas no artigo 27, n.º 4;
 - b. Inobservância de normas de publicação de decisões judiciais condenatórias, previstas no artigo 34.º;
 - c. Não satisfação ou recusa infundada do exercício do direito de resposta ou de retificação, previsto nos artigos 24.º e seguintes.

LEI DA TELEVISÃO

As previsões das contraordenações tipificadas na LTV estão concentradas nos artigos 75.º (contraordenações leves), 76.º (contraordenações graves) e 77.º (contraordenações muito graves), ainda que estes artigos se insiram num quadro regulatório mais vasto, entre o artigo 71.º e o artigo 86.º-B, incluindo «sanções» diferentes.

Mantendo a metodologia anterior, dando primazia às contraordenações, centremo-nos inicialmente naqueles três artigos:

1. Artigo 75.º, n.º 1, alínea a)¹⁰⁶ – Contraordenações leves – coimas de 7500 a 37 500 euros – nos casos de violações de:
 - a. Obrigações de identificação dos operadores de televisão, de distribuição e de serviços audiovisuais a pedido (nomes ou denominações sociais, diretor, endereço, meios de contacto e organismos reguladores), previstas no artigo 4º-A;
 - b. Comunicações obrigatórias de registo, previstas no artigo 19.º, n.º 3;
 - c. Difusão permanente de identificativo visual em programas suscetíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade de crianças e adolescentes, prevista no artigo 27.º, n.º 4, primeira parte;
 - d. Anúncio público da programação, previsto no artigo 29.º);
 - e. Proibição de interrupção de difusão de serviços religiosos com publicidade ou televenda, prevista no artigo 40.º-B, n.º 6;
 - f. Dever de informação sobre inserção de comunicações comerciais audiovisuais virtuais em cada programa, previsto no artigo 41.º-B, n.º 2;

¹⁰⁶ A Lei n.º 40/2014, de 09 de julho veio eliminar: - Na alínea a), do n.º 1, do artigo 75.º a referência «ao n.º 2 do artigo 41.º-C»; e

- Na alínea a), do n.º 1, do artigo 76.º, a referência «aos n.ºs 1 e 3 do artigo 41.º-C».

Sem, contudo, inserir novas referências «ao n.º 2 do artigo 40.º-C» ou «aos n.ºs 1 e 3 do artigo 40.º-C», pelo que a violação das previsões deste último artigo 40.º-C se mantém sem sanção. Realidade que, pela sua manutenção, justifica esta menção histórica.

- g. Identificação de programas, fichas artística e técnica, prevista no artigo 42.º;
 - h. Percentagem máxima de programas em língua portuguesa originários de outros países lusófonos, prevista no artigo 44.º, n.º 5;
 - i. Promoção de obras europeias, prevista no artigo 45.º;
 - j. Promoção de produção independente, prevista no artigo 46.º;
 - k. Contagem de tempos de antena, réplica política e de resposta; comunicação aos interessados, previstas no artigo 58.º;
 - l. Artigo 41.º-C, n.º 2 – Norma inexistente no diploma sendo, provavelmente, um lapso de legística.
2. Artigo 75.º, n.º 1, b) – Contraordenações leves, com a mesma moldura de coimas – Referentes ao incumprimento de limitações ao direito de antena, previstas no artigo 60.º, n.º 1.
 3. Artigo 75.º, n.º 1, c) – Contraordenações leves, com a mesma moldura de coimas – Referentes à omissão da menção a decisão judicial ou da ERC sobre transmissão de resposta ou retificação, prevista no artigo 68.º, n.º 6, segunda parte.
 4. O artigo 75.º, n.º 2 prevê a redução dos limites das coimas do n.º 1 para um terço, nos casos em que os infratores sejam serviços de programas locais.
 5. O artigo 75.º, n.º 3 prevê a punibilidade da negligência, reduzida a metade, das contraordenações previstas no n.º 1.
 6. Artigo 76.º, n.º 1, alínea a)¹⁰⁷ – Contraordenações graves – coimas de 20 000 a 150 000 euros – nos casos de violação de:
 - a. Concessão de prioridade de serviços de programas de expressão originária portuguesa em operadores de distribuição, prevista no artigo 25.º, n.º 1;
 - b. Capacidade de rede e distribuição para serviços de programas regionais, locais, atividades educativas e culturais, prevista no artigo 25.º, n.º 6;
 - c. Comunicação de alterações de composição da oferta dos serviços de programas aos consumidores, prevista no artigo 25.º, n.º 8;
 - d. Obrigatoriedade da menção à faculdade de resolução do contrato (alterações de composição), prevista no artigo 25.º, n.º 9;

¹⁰⁷ A Lei n.º 40/2014, de 09 de julho veio eliminar:

- Na alínea a), do n.º 1, do artigo 75.º a referência «ao n.º 2 do artigo 41.º-C»; e

- Na alínea a), do n.º 1, do artigo 76.º, a referência «aos n.ºs 1 e 3 do artigo 41.º-C».

Sem, contudo, inserir novas referências «ao n.º 2 do artigo 40.º-C» ou «aos n.ºs 1 e 3 do artigo 40.º-C», pelo que a violação das previsões deste último artigo 40.º-C se mantém sem sanção. Realidade que, pela sua manutenção, justifica esta menção histórica.

- e. Limitação da emissão de programas suscetíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade de crianças e adolescentes apenas entre as 22h 30m e 6h, prevista no artigo 27.º, n.º 4, segunda parte;
- f. Condições de emissão de conteúdos proibidos em contexto jornalístico, prevista no artigo 27.º, n.º 8;
- g. Obrigação de difusão no serviço público de mensagens do Presidente da República, Presidente da Assembleia da República e Primeiro-Ministro, prevista no artigo 30.º, n.º 1;
- h. Obrigação de cedência de sinal sobre direitos exclusivos para emissão internacional, prevista no artigo 32.º, n.º 5;
- i. Condições e limites do direito a extratos informativos, previstas no artigo 33.º, n.º 4;
- j. Restrição de inclusão de extratos informativos, prevista no artigo 33.º, n.º 5;
- k. Cumprimento do plano de obrigações de acessibilidade dos serviços a pessoas com necessidades especiais, previsto no artigo 34.º, n.º 3;
- l. Existência, nomeação e autonomia dos diretores de programação e de informação, previstas no artigo 35.º;
- m. Existência, elaboração, alterações, conteúdo e divulgação do estatuto editorial, previsto no artigo 36.º;
- n. Obrigação de serviços noticiosos nos serviços de programas generalistas, prevista no artigo 37.º;
- o. Limites de tempo reservado à publicidade e tevenda, previstos no artigo 40.º;
- p. Obrigações de identificação e separação de publicidade e tevenda, previstas no artigo 40.º-A;
- q. Admissibilidade de inserção temporal e gráfica de publicidade e tevenda, prevista no artigo 40.º-B, n.º 1;
- r. Normas sobre volume sonoro de publicidade e tevenda, previstas no artigo 40.º-B, n.º 2;
- s. Proibições de publicidade e tevenda (ecrã fracionado, programas infantis, noticiários, informação política, serviços religiosos, obras criativas, debates e entrevistas), previstas no artigo 40.º-B, n.º 3;
- t. Limites a interrupções para publicidade ou tevenda, previstos no artigo 40.º-B, n.º 4;
- u. Limites a interrupções para publicidade (programas infantis), previstos no artigo 40.º-B, n.º 5;
- v. Admissibilidade, proibições, limites e identificação de conteúdos patrocinados, previstas no artigo 41.º;
- w. Admissibilidade, proibição, limites e condições de colocação de produto e ajuda à produção, previstas no artigo 41.º-A;

- x. Admissibilidade e condições de comunicações comerciais audiovisuais virtuais, previstas no artigo 41.º-B, n.º 1;
- y. Proibição de inserção de comunicações comerciais audiovisuais virtuais (p. ex. em programas infantis), prevista no artigo 41.º-B, n.º 3;
- z. Proibição de interatividade em programas infantis, prevista no artigo 41.º-D, n.º 2;
- aa. Obrigação de separador informativo de início de ambiente interativo com publicidade, prevista no artigo 41.º-D, n.º 3;
- ab. Obrigações de gravação e conservação das emissões (90 dias); e envio a pedido da ERC, previstas no artigo 43.º;
- ac. Dever genérico de emissões em língua portuguesa, previsto no artigo 44.º, n.º 1;
- ad. Mínimos de emissão de conteúdos em língua portuguesa (50 %), previstos no artigo 44.º, n.º 2;
- ae. Mínimos de emissão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa (20 %), previstos no artigo 44.º, n.º 3;
- af. Dever de prestação de informação trimestral à ERC, sobre obrigações de emissão em língua portuguesa, produção europeia e produção independente, previsto no artigo 49.º;
- ag. Condições de exercício do direito de antena nas Regiões Autónomas, previstas no artigo 59.º, n.º 4;
- ah. Serviço de programas e horário de emissão de direito de antena, previstos no artigo 61.º, n.º 1;
- ai. Garantia de igualdade acesso e de meios para realização de programas de direito de antena, prevista no artigo 61.º, n.º 4;
- aj. Direito de réplica política, no serviço público, previsto no artigo 64.º;
- ak. Duração e relevo do direito de réplica política, previstos no artigo 64.º, n.º 2;
- al. Rateamento e duração mínima do tempo de réplica política, previstos no artigo 64.º, n.º 3;
- am. Regras de transmissão da resposta ou da retificação (prazos e condições: horário, destaque, identificação, repetição, locução, comentários), previstas no artigo 69.º;
- an. Obrigação de depósito legal (de emissões de interesse público, em função da sua relevância histórica ou cultural), prevista no artigo 92.º, n.º 1;
- ao. Referência aos n.ºs 1 e 3 do Artigo 41.º-C – Normas inexistentes no diploma sendo, provavelmente, um lapso de legística.

7. Artigo 76.º, n.º 1, b) – Contraordenações graves – coimas de 20 000 a 150 000 euros – Referentes ao incumprimento das condições de recusa de emissão de direito de resposta ou retificação; dever e prazo de informação ao interessado, previstas no artigo 68.º, n.º 1.
8. Artigo 76.º, n.º 1, c) – Contraordenações graves – coimas de 20 000 a 150 000 euros – Referentes ao incumprimento de:
 - a. Regras sobre o início de emissões, previstas no artigo 20.º;
 - b. Suspensão do exercício do direito de antena no mês anterior ao início de campanha eleitoral ou referendária, prevista no artigo 60.º, n.º 1, segunda parte;
 - c. Respeito pelo prazo para facultar visionamento a titulares do direito de resposta ou de retificação, previstos no artigo 66.º, n.º 1 (prazos);
 - d. Prazo e menção da emissão de resposta ou retificação em caso de procedência de recurso, previstos no artigo 68.º, n.º 6.
9. Artigo 76.º, n.º 1, d) – Contraordenações graves – coimas de 20 000 a 150 000 euros – Referentes ao incumprimento das regras de interatividade em espaços de publicitários, previstas no artigo 41.º-D, n.º 1.
10. O artigo 76.º, n.º 2 prevê a redução dos limites das coimas do n.º 1 para um terço nos casos em que os infratores sejam serviços de programas locais.
11. O artigo 76.º, n.º 3 prevê a punibilidade da negligência, reduzida a metade, das contraordenações previstas no n.º 1.
12. Artigo 77.º, n.º 1, alínea a) – Contraordenações muito graves – coimas de 75 000 a 375 000 euros – nos casos de violações de:
 - a. Capital social dos operadores de televisão com ações obrigatoriamente nominativas, nos termos do artigo 4.º, n.º 1;
 - b. Obrigação de divulgação pública e atualização de relação (lista) de participações sociais, órgãos de administração e gestão e diretor(es) dos operadores de televisão, nos termos do artigo 4.º, n.º 2;
 - c. Conteúdo obrigatório da relação dos titulares e dos detentores de participações sociais dos operadores de televisão, previsto no artigo 4.º, n.º 3;
 - d. Limite percentual à detenção de licenças de serviços de programas televisivos de acesso não condicionado livre de âmbito nacional, previsto no artigo 4.º-B, n.º 3;
 - e. Prazos e condições para a alteração de domínio de operadores de televisão, nos termos do artigo 4.º-B, n.º 4;
 - f. Regras relativas a áreas de cobertura e continuidade das emissões, tal como previstas no artigo 7.º;
 - g. Requisitos dos operadores de televisão, previstos no artigo 11.º;

- h. Restrições à atividade de televisão e seu financiamento, nos termos previstos no artigo 12.º;
 - i. Obrigação de observância do projeto aprovado, prevista no artigo 21.º, n.º 1;
 - j. Obrigações dos operadores de distribuição, relativamente ao transporte de serviços de programas, previstas no artigo 25.º, n.º 2;
 - k. Obrigações de entrega de sinal para transporte, previstas no artigo 25.º, n.º 3;
 - l. Conteúdos televisivos proibidos (incitamento ao ódio), previstos no artigo 27.º, n.º 2;
 - m. Proteção de públicos sensíveis e proibições de emissão em canal aberto (pornografia e violência), previstas no artigo 27.º, n.º 3;
 - n. Proibição de propaganda política televisiva, nos termos do artigo 31.º;
 - o. Condições de obrigação de operadores de acesso condicionado facultarem acesso a direitos exclusivos em condições de mercado, a operadores de sinal aberto, previstas no artigo 32.º, n.º 2;
 - p. Proibição de impedir acesso a lista de direitos exclusivos por público de outro estado membro, nos termos do artigo 32.º, n.º 6;
 - q. Proibição de oposição ao direito de acesso nacional para extratos informativos, prevista no artigo 33.º, n.º 1;
 - r. Dever de disponibilização de sinal relativo a direitos exclusivos na União europeia, para extratos informativos, prevista no artigo 33.º, n.º 3;
 - s. Artigo 39.º, n.º 1 – Mínimo de seis horas diárias de emissão de programas, previsto no artigo 39.º, n.º 1;
 - t. Limitação ao direito de antena, intransmissibilidade, prevista no artigo 60.º, n.º 2.
13. Artigo 77.º, n.º 1, b) – Contraordenações muito graves, com a mesma moldura de coimas – Referentes ao incumprimento das garantias de cobertura e obrigações de faseamento, como tal previstas no artigo 15.º, n.º 3, alínea e).
14. Artigo 77.º, n.º 1, c) – Contraordenações muito graves, com a mesma moldura de coimas – Referentes ao incumprimento de:
- a. Regras de divulgação obrigatória por operadores privados em caso de estado de sítio ou estado de emergência, previstas no artigo 30.º, n.º 2;
 - b. Direto ao visionamento, por titulares do direito de resposta ou de retificação, previsto no artigo 66.º, n.º 1.
15. Artigo 77.º, n.º 1, d) – Contraordenações muito graves, com a mesma moldura de coimas – Referentes à exploração de serviço de programas por entidade diversa da licenciada.

16. Artigo 77.º, n.º 1, e) – Contraordenações muito graves, com a mesma moldura de coimas – Referentes à negação do direito de antena aos seus titulares, prevista no artigo 59.º, n.º 1.
17. Artigo 77.º, n.º 2 – Contraordenações muito graves, com a mesma moldura de coimas – Referentes à retransmissão de conteúdos proibidos ou em violação da proteção de públicos sensíveis, previstos no artigo 27.º, n.ºs 2 e 3.
18. O artigo 77.º, n.º 3 prevê a redução dos limites das coimas do n.º 1 para um terço nos casos em que os infratores sejam serviços de programas locais.
19. O artigo 77.º, n.º 4 prevê a punibilidade da negligência, reduzida a metade, das contraordenações previstas no n.º 1.

Para além destes três artigos (75.º, 76.º e 77.º), que concentram as previsões de contraordenações, existem no quadro sancionatório mais vasto (artigos 71.º a 86.º-B) outras sanções tipificadas na LTV, das quais podemos ainda destacar as seguintes previsões normativas:

20. Artigo 79.º – Sanção acessória – de suspensão do exercício do direito de antena de três a 12 meses (seis a 12, se reincidente), para infrações cometidas em tempo de antena:
 - a. Conteúdos proibidos (incitamento ao ódio), previstos no artigo 27.º, n.º 2;
 - b. Proteção de públicos sensíveis (pornografia e violência), nos termos do artigo 27.º, n.º 3;
 - c. Intransmissibilidade do direito de antena, prevista no artigo 60.º, n.º 2.
21. Artigo 81.º – Agravação especial – Reincidência contraordenacional no prazo de um ano implica duplicação dos limites da coima e da suspensão de transmissão.
22. Artigo 82.º, n.º 1 – Revogação de título habilitador – Possibilidade de revogação da licença ou da autorização em casos de reincidência reiterada (terceira contraordenação da mesma gravidade), nomeadamente por:
 - a. Inobservância da cobertura da área geográfica consignada com o mesmo programa e sinal, nos termos do artigo 7.º, n.º 2;
 - b. Inobservância das condições e termos do projeto aprovado, previstos no artigo 21.º, n.º 1;
 - c. Desrespeito pela obrigação de transporte de serviços de programas, prevista no artigo 25.º, n.º 2;
 - d. Desrespeito pela obrigação de entrega de sinal para transporte, prevista no artigo 25.º, n.º 3;
 - e. Artigo 27.º:
 - i. (Re)Transmissão de conteúdos proibidos (incitamento ao ódio), previstos no artigo 27.º, n.º 2;
 - ii. (Re)Transmissão de conteúdos em violação da proteção de públicos sensíveis (pornografia e violência), previstos no artigo 27.º, n.º 3.

- f. Violação da proibição de propaganda política, prevista no artigo 31.º;
 - g. Desrespeito pela obrigação de operadores de acesso condicionado facultarem acesso a direitos exclusivos em condições de mercado, nos termos do artigo 32.º, n.º 2;
 - h. Desrespeito pela proibição de impedir acesso a lista de direitos exclusivos por público de outro estado membro, nos termos do artigo 32.º, n.º 6;
 - i. Desrespeito pelo direito de acesso para extratos informativos, previsto no artigo 33.º, n.º 1;
 - j. Inobservância do mínimo de seis horas diárias de emissão de programas, nos termos do artigo 39.º, n.º 1;
 - k. Negação do Direito de antena, aos seus titulares, previsto no artigo 59.º, n.º 1;
 - l. Desrespeito pela limitação ao direito de antena, e sua intransmissibilidade, nos termos do artigo 60.º, n.º 2;
 - m. Violação do direito ao visionamento, por titulares do direito de resposta ou de retificação, previsto no artigo 66.º, n.º 1;
 - n. Inobservância das obrigações de cobertura e faseamento, como tal previstas no artigo 15.º, n.º 3, alínea e);
23. Artigo 82.º – Possibilidade de revogação da licença ou da autorização, nos casos de:
- a. Artigo 82, n.º 3:
 - i. Inobservância das restrições à atividade de televisão e seu financiamento, previstas no artigo 12.º;
 - ii. Desrespeito pelo dever de divulgação obrigatória por operadores privados em caso de estado de sítio ou estado de emergência, (art.º 30.º, n.º 2).
 - b. Artigo 82, n.º 4 – Violação do prazo para início de emissões, previsto no artigo 20.º;
 - c. Artigo 82.º, n.º 5 – Relativamente a atividade ilegal de televisão:
 - i. Diretores não acatarem decisão judicial que ordene transmissão de resposta ou retificação, nos termos do artigo 68.º, n.º 6, (art.º 73, n.º 1, alínea a);
 - ii. Recusa de difusão de decisões judiciais, nos termos do artigo 91.º, (art.º 73, n.º 1, alínea b);
 - iii. Incumprimento de deliberações da ERC relativas aos direitos de antena, réplica política, resposta ou retificação, (art.º 73, n.º 1, alínea c).
 - d. Artigo 82.º, n.º 6 – Incumprimento de decisão de suspensão de transmissão ou retransmissão, nos termos do artigo 73, n.º 1, alínea d).

24. Artigo 86.º – Suspensão de retransmissão de programas ou serviços de programas – Casos de reiteração da reincidência (terceira violação em 12 meses) por violação do artigo 27.º, n.ºs 2 (em particular por incitamento ao ódio, racismo ou xenofobia) e n.º 3.

De notar, contudo, que nos casos de tipificação criminal é afastada a competência regulatória da ERC, naturalmente do âmbito do poder judicial. Estas normas, de natureza criminal, são aqui elencadas apenas por dever de denúncia da ERC. Assim:

25. Artigo 71.º, n.º 2 – Crimes (gerais) perpetrados através de serviços de programas ou serviços audiovisuais a pedido, com previsão de agravamento da pena em um terço, nos limites máximo e mínimo.
26. Artigo 71.º, n.º 3 – Requisitos de responsabilidade (criminal) do Diretor e redução da pena em um terço.
27. Artigo 72.º – Atividade ilegal de televisão, nos casos de:
- a. Exercício da atividade de televisão sem habilitação – punível com pena de prisão até três anos ou pena de multa até 320 dias, prevista no artigo 72.º, n.º 1;
 - b. Perda para o estado de bens usados em atividade de televisão sem habilitação, prevista no artigo 72.º, n.º 2;
 - c. Aplicabilidade do regime criminal a casos de revogação ou transmissão da licença, prevista no artigo 72.º, n.º 3.
28. Artigo 73.º – Atividade ilegal de televisão – Crime de desobediência qualificada:
- a. Artigo 73.º, n.º 1 – Responsabilidade criminal dos Diretores quando:
 - i. Artigo 73.º, n.º 1, alínea a) – Não acatarem decisão judicial que ordene transmissão de resposta ou retificação, nos termos do artigo 68.º, n.º 6;
 - ii. Artigo 73.º, n.º 1, alínea b) – Recusa de difusão de decisões judiciais, nos termos do artigo 91.º;
 - iii. Artigo 73.º, n.º 1, alínea c) – Incumprimento de deliberações da ERC relativas aos direitos de antena, réplica política, resposta ou retificação, previstas no artigo 68.º, n.º 6;
 - iv. Artigo 73.º, n.º 1, alínea d) – Incumprimento de decisão de suspensão de transmissão ou retransmissão.
 - v. Artigo 73.º, n.º 2 – Incumprimento, por entidades (leia-se «operadores») de decisão de suspensão de transmissão ou retransmissão, nos termos do artigo 86.º.
29. Artigo 74.º – Atentado contra a liberdade de programação e informação. Previsão de pena de prisão até dois anos ou multa até 240 dias.

Para além destas sanções, como tal explícita ou implicitamente qualificadas, é possível identificar casos de violação de deveres sem previsão de sanção na LTV, nomeadamente quanto a:

1. Desrespeito pelo dever de rigor informativo em conteúdos individuais e concretos emitidos, mesmo no quadro das obrigações dos operadores, constantes, em particular, do artigo 34.º, n.º 1, alínea b).
2. Violação das obrigações gerais dos operadores, constantes do artigo 34.º, n.ºs 1, 2, 4 e 5.
3. Violação do dever de respeito pela dignidade da pessoa humana e dos direitos, liberdades e garantias fundamentais, nos termos do artigo 27.º, n.º 1.

LEI DA RÁDIO

Também a Lei da Rádio, anterior aliás à LTV, autonomiza o quadro sancionatório – artigos 64.º a 78.º – mas concentra num único artigo a tipificação contraordenacional (artigo 69.º). Neste artigo 69.º não é feita a qualificação distintiva entre contraordenações leves, graves ou muito graves, mas são graduadas as previsões em função da moldura da coima. Assim:

1. Artigo 69.º, n.º 1, alínea a). Coima de 1250 a 12 500 euros:
 - a. Proibição de publicidade comercial ou patrocínio em serviços de programas académicos, prevista no artigo 9.º, n.º 4;
 - b. Inobservância das obrigações de registo, de atualização e comunicação de elementos, previstas no artigo 24.º, n.º 3;
 - c. Inobservância dos deveres de identificação em antena dos serviços de programas, previstos no artigo 32.º, n.º 2, alínea g);
 - d. Violação do dever de difusão de sentenças por crimes cometidos no serviço de programas, nos termos do artigo 82.º, n.º 1;
 - e. Desrespeito pela proibição do exercício de direito de antena aos sábados, domingos e feriados, prevista no artigo 54.º, n.º 1, primeira parte;
 - f. Inobservância do prazo e menção na difusão de direito de resposta ou retificação por decisão judicial ou da ERC, previstos no artigo 62, n.º 6.
2. Artigo 69.º, n.º 1, alínea b) – Coima de 3000 a 30 000 euros, casos de inobservância de:
 - a. Quota mínima de música portuguesa, anualmente variável, mas entre 25 % a 40 % da programação musical, nos termos do artigo 41.º, n.º 1;
 - b. Quota mínima de música portuguesa no serviço público, no contrato de concessão, mas não inferior a 60 %, nos termos do artigo 42.º;

- c. Quota de 60 % de origem europeia na quota mínima de música portuguesa, nos termos do artigo 43.º;
 - d. Quotas devem ser respeitadas também entre as 7h e as 20 h, (proibição do «acantonamento horário») nos termos do artigo 47.º, n.º 2.
3. Artigo 69.º, n.º 1, alínea c). Coima de 3750 a 25 000 euros, previsões de inobservância de:
- a. Obrigações de cobertura da área geográfica consignada com o mesmo programa e sinal, previstas no artigo 7.º, n.º 2;
 - b. Limite horário de descontinuidade da emissão diária (máximo de duas horas), nos termos do artigo 7.º, n.º 3;
 - c. Obrigatoriedade de diretor de informação em serviços de programas com programação informativa, nos termos do artigo 33.º, n.º 2;
 - d. Casos dispensa de audição do conselho de redação na nomeação do diretor de informação, nos termos do artigo 33.º, n.º 4 (presume-se que de aplicabilidade a contrario);
 - e. Existência, elaboração, alterações, conteúdo e divulgação do estatuto editorial, nos termos do artigo 34.º;
 - f. Obrigações de identificação horária dos serviços de programas, em antena, sua designação e frequência de emissão, nos termos do artigo 37.º, n.º 2;
 - g. Horas de emissão (funcionamento contínuo), previstas no artigo 38.º;
 - h. Obrigações de gravação e registo das emissões, informação sobre obras e fonogramas difundidos, previstas no artigo 39.º;
 - i. Regras de inserção de publicidade e integridade dos programas, previstas no artigo 40.º, n.º 2;
 - j. Percentagem máxima de publicidade diária (20 %), prevista no artigo 40.º, n.º 3;
 - k. Obrigação de menção expressa a patrocínios, nos termos do artigo 40.º, n.º 4;
 - l. Independência editorial face a patrocínios, prevista no artigo 40.º, n.º 5;
 - m. Proibição de incitamento à compra ou locação (publicidade) pelo patrocinador, nos termos do artigo 40.º, n.º 6;
 - n. Proibições de patrocínio (em serviços noticiosos e programas de informação política), previstas no artigo 40.º, n.º 7;
 - o. Limites de tempo do exercício do direito de antena, previstos no artigo 53.º, n.º 5;
 - p. Condições de emissão de direito de antena, horário e serviço de programas, previstas no artigo 55.º, n.º 1;

- q. Legitimidade do exercício do direito de réplica política no serviço público, nos termos do artigo 58.º, n.º 1;
 - r. Duração e relevo do direito de réplica política, nos termos do artigo 58.º, n.º 2;
 - s. Rateamento de tempo de réplica política entre partidos, nos termos do artigo 58.º, n.º 3;
 - t. Termos da transmissão do direito de resposta ou retificação, previstos no artigo 63.º;
 - u. Observância das condições técnicas e taxas para exercício da atividade de rádio, previstas no artigo 14.º, n.º 1;
 - v. Proibição do exercício de direito de antena um mês antes do início de campanha, nos termos do artigo 54.º, n.º 1, segunda parte;
 - w. Intransmissibilidade do direito de antena, prevista no artigo 54.º, n.º 2;
 - x. Respeito pelo prazo para facultar o exercício do direito à audição da emissão (casos de direito de resposta ou de retificação), previsto no artigo 60.º, n.º 1.
4. Artigo 69.º, n.º 1, alínea d) – Coima de 10 000 a 100 000 euros, nos casos de violação de:
- a. Requisitos de transparência da propriedade e da gestão, previstos no artigo 3.º;
 - b. Limite à detenção de licenças de serviços radiofónicos locais face aos nacionais (10 %), previsto no artigo 4.º, n.º 3;
 - c. Limite à detenção de licenças de serviços radiofónicos nacionais (50 %), previsto no artigo 4.º, n.º 4;
 - d. Limite à detenção de licenças de serviços radiofónicos locais na mesma circunscrição (50 %), previsto no artigo 4.º, n.º 5;
 - e. Limites temporais a alterações de domínios, previstos no artigo 4.º, n.º 6;
 - f. Condições e requisitos de associação para transmissão em cadeia de serviços de programas temáticos, nos termos do artigo 10.º;
 - g. Condicionantes às parcerias de serviços de programas, de âmbito local ou regional, previstas no artigo 11.º;
 - h. Requisitos dos operadores, previstos no artigo 15.º;
 - i. Restrições à atividade de rádio, previstas no artigo 16.º;
 - j. Obrigação de início das emissões, prevista no artigo 25.º;
 - k. Cumprimento das condições e termos da licença, nos termos do artigo 26.º, n.º 1;

- l. Condições de alteração do projeto, previstas no artigo 26.º, n.º 2;
 - m. Conteúdos proibidos, previstos no artigo 30.º, n.º 2;
 - n. Proibição de propaganda política, prevista no artigo 30.º, n.º 3;
 - o. Direito de acesso dos jornalistas, nos termos do artigo 31.º, n.º 1;
 - p. Obrigações de serviços noticiosos (3xdiurnos), previstas no artigo 35.º;
 - q. Requisitos profissionais de coordenação e redação, previstos no artigo 36.º;
 - r. Obrigação de programação própria, nos termos do artigo 37.º, n.º 1;
 - s. Dever de facultar acesso para fiscalização, previsto no artigo 76.º, n.º 3;
 - t. Cessão de serviço de programas em incumprimento dos requisitos, nos termos do artigo 4.º (n.ºs 9 e 10);
 - u. Denegação do direito de resposta, previsto no artigo 60.º, n.º 1;
 - v. Permissão da exploração do serviço de programas por terceiros. (cfr. Artigo 66.º e 73.º, n.º 1, alínea b).
5. Artigo 69.º, n.º 2 – Redução em um terço dos limites das coimas para serviços de programas de cobertura local.
6. Artigo 69.º, n.º 3 – Punibilidade da negligência, reduzindo a metade os limites das coimas.

Para além deste artigo 69.º, que como vimos concentra as previsões de contraordenações, existem no quadro sancionatório mais vasto (artigo 64.º a 78.º) outras sanções tipificadas na LR. Sublinhamos, de novo, que nos casos de tipificação criminal é afastada a competência regulatória da ERC, naturalmente do âmbito do poder judicial. Estas normas, de natureza criminal, são aqui elencadas apenas por dever de denúncia da ERC. Assim:

- 7. Requisitos de responsabilidade criminal geral do Diretor e redução da pena em um terço, previstos no artigo 65.º, n.º 2;
- 8. Atividade ilegal de rádio – Exercício da atividade sem habilitação – pena de prisão até três anos ou pena de multa até 320 dias, prevista no artigo 66.º, n.º 1;
- 9. Atividade ilegal de rádio – Perda a favor do Estado de bens usados em atividade de rádio sem habilitação, prevista no artigo 66.º, n.º 2;
- 10. Atividade ilegal de rádio – Aplicabilidade do regime criminal a casos de revogação ou transmissão da licença, prevista no artigo 66.º, n.º 3;

11. Desobediência qualificada por Diretores, prevista no artigo 67.º, nos casos de:
 - a. Não acatarem decisão judicial que ordene transmissão de resposta ou retificação, nos termos do artigo 62.º, n.º 6, (artigo 67.º, alínea a);
 - b. Recusa de difusão de decisões judiciais, nos termos do artigo 82.º, (artigo 67.º, alínea b);
 - c. Incumprimento de deliberações da ERC relativas aos direitos de antena, réplica política, resposta ou retificação, (artigo 67.º, alínea c):
12. Atentado contra a liberdade de programação e informação. Pena de prisão até dois anos ou multa até 240 dias, prevista no artigo 68.º.

Nesta LR (como na LTV), para além daquelas contraordenações e desta tipologia criminal, podemos ainda destacar, no sentido mais amplo e qualitativo de «sanção» referido supra, as seguintes previsões normativas:

13. Artigo 70.º – Sanções acessórias (a coimas por contraordenações):
 - a. Artigo 70.º, n.º 1 – Possibilidade de suspensão da licença até 30 dias:
 - i. Em contraordenações previstas nas alíneas b) e d) do artigo 69.º, atenta a gravidade do ilícito;
 - ii. Por inobservância da proibição de transmissão de conteúdos ou propaganda política – atenta a gravidade e culpa, possibilidade de suspensão da licença até 30 dias, (artigo 30.º, n.ºs 2 e 3).
 - b. Artigo 70.º, n.º 3 – Possibilidade de suspensão do direito de antena de 3 a 12 meses. Por inobservância da proibição de transmissão conteúdos ou propaganda política, quando cometida em direito de antena e atenta a gravidade e culpa, (Artigo 30.º, n.ºs 2 e 3; e Artigo 54.º, n.º 2);
 - c. Artigo 70.º, n.º 4 – Sanção acessória de publicitação de decisão condenatória em casos de desrespeito por desrespeito de:
 - i. Condições de associação para transmissão em cadeia (artigo 10.º) ou parcerias de serviços de programas (artigo 11.º);
 - ii. Cumprimento das condições e termos da licença, previstas no artigo 26.º, n.º 1;
 - iii. Limites e condições de alteração do projeto, previstas no artigo 26.º, n.º 2;
 - iv. Emissão de conteúdos proibidos, previstos no artigo 30.º, n.ºs 2 e 3;
 - v. Obrigação de serviços noticiosos, previstas no artigo 35.º;
 - vi. Requisitos profissionais de coordenação e redação, previstos no artigo 36.º;
 - vii. Obrigação de programação própria, nos termos do artigo 37.º, n.º 1.

d. Artigo 70.º, n.º 5 – Revogação da licença ou autorização em casos de repetição da reincidência, com duas suspensões de licença nos três anos anteriores (artigo 69.º, n.º 1, alínea d).

14. Artigo 73.º – Revogação das licenças ou autorizações nos seguintes casos:

a. Não início no prazo licenciado ou interrupção de emissão por mais de dois meses, nos termos do artigo 73.º, n.º 1;

b. Exploração do serviço por terceiros, prevista no artigo 73.º, n.º 1;

c. Insolvência do operador, prevista no artigo 73.º, n.º 1;

d. Por terceira condenação em três anos por contraordenações prevista no artigo 69.º, n.º 1, alínea d), e aqui prevista no artigo 73.º, n.º 2.

LEI DAS SONDAGENS (LSOND.)

As contraordenações tipificadas na L Sond. estão concentradas no artigo 17.º.¹⁰⁸ Este normativo, não distinguindo entre contraordenações leves, graves e muito graves, prevê, para as contraordenações tipificadas, coimas de 4987,979 a 49 879,789 euros (para pessoas singulares) e de 24 939,895 a 249 398,948 euros (para pessoas coletivas), com as previsões da violação de:

1. Artigo 17.º, n.º 1, alínea a) – Realização de sondagem sem a credenciação prevista no artigo 3.º (de sondagem publicada ou difundida em órgão de comunicação social ou por via digital);
2. Artigo 17.º, n.º 1, alínea b) – Publicação ou difusão de inquéritos de opinião ou televoto como se de sondagem de opinião se tratasse;
3. Artigo 17.º, n.º 1, alínea c) – Realização de sondagem em violação das regras gerais previstas no Artigo 4.º;
4. Artigo 17.º, n.º 1, alínea d) – Falta de depósito com ficha técnica, nos termos dos artigos 5.º e 6.º (em sondagem publicada ou difundida);
5. Artigo 17.º, n.º 1, alínea e) – Publicação ou difusão de sondagens, comentário, interpretação ou análise em violação de:
 - a. Regras de divulgação e interpretação, incluindo informação obrigatória, previstas no artigo 7.º;
 - b. Prazo de 15 dias para divulgação após depósito, previsto no artigo 9.º;
 - c. Condições durante o período eleitoral:

¹⁰⁸ NOTA: no caso da CO constante da norma do artigo 17.º, n.º 1, alínea g):

1. Realização de sondagens em dia de ato eleitoral ou referendário sem autorização da Comissão Nacional de Eleições, nos termos do artigo 16.º, n.º 1; e

2. Condições e requisitos de recolha em dia de ato eleitoral ou referendário, (artigo 11.º).

A competência para processamento das CO é da Comissão Nacional de Eleições e não na ERC.

- i. Proibição de divulgação (e o comentário, análise ou projeção) de sondagens e inquéritos de opinião relacionados com atos eleitorais entre o encerramento da campanha e o encerramento das urnas, prevista no artigo 10.º, n.º 1;
 - ii. Prazo de 15 dias para divulgação após recolha de informação nos dois meses anteriores a ato eleitoral ou referendário, previsto no artigo 10.º, n.º 3:
6. Artigo 17.º, n.º 1, alínea f) – Violação das regras de publicação ou difusão de inquéritos de opinião, previstas no artigo 8.º:
7. Artigo 17.º, n.º 1, alínea h) – Falta de disponibilização, pela entidade que realizou a sondagem ou inquérito de opinião, de documentos ou processos solicitados pela ERC, nos termos do artigo 15.º, n.º 3:
8. Artigo 17.º, n.º 1, alínea i) – Incumprimento de:
 - a. Dever de retificação, previsto no artigo 14.º;
 - b. Dever de publicação ou difusão de decisões administrativas ou judiciais, previsto no artigo 18.º;
9. Artigo 17.º, n.º 5 – Punibilidade da negligência.

Também na LSond. existe tipificação criminal, nomeadamente:

10. Artigo 17.º, n.º 4 – Criminalização (desobediência qualificada) da violação da proibição de divulgação (e o comentário, análise ou projeção) de sondagens e inquéritos de opinião relacionados com atos eleitorais entre o encerramento da campanha e o encerramento das urnas, nos termos do artigo 10.º, n.º 1.

Para além deste artigo 17.º, que concentra as previsões de contraordenações, e uma tipificação penal, existem no quadro sancionatório mais vasto, outras previsões que, pelo ónus sobre o regulado, podem ser equiparadas à obrigatoriedade de censura implícita das sanções (p. ex. obrigação de publicação de decisão condenatória). Neste sentido destacamos:

1. Artigo 14.º – Dever de (divulgação ou difusão da) Retificação:
 - a. Obrigação (e condições) de publicação ou difusão de retificações objeto de deliberação da ERC, prevista no artigo 14.º, n.ºs 1, 2 e 4;
 - b. Obrigação de promover a retificação em OCS de expansão similar, se ocorrer durante período de campanha eleitoral, prevista no artigo 14.º, n.º 3.
2. Artigo 18.º – Obrigação de publicação ou difusão de decisão condenatória administrativa ou judicial (que aplique coima).

Finalmente, é ainda possível identificar pelo menos um caso de falta de previsão de sanção na LSond., nomeadamente quanto à violação do dever de comunicação de sondagem aos interessados (no caso de o cliente ser pessoa coletiva pública, ou sociedades de capitais maioritariamente públicos), prevista no artigo 12.º.

ESTATUTO DO JORNALISTA (EJ)

As contraordenações tipificadas no EJ estão concentradas no seu artigo 20.º. Contudo, apenas uma pequena parte destas é da competência da ERC (artigo 20.º, n.º 6), sendo as restantes da competência da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (Artigo 20.º, n.º 5).

De facto, a citada norma, artigo 20.º, n.º 6, prevê que «[a] instrução dos processos das contra-ordenações e a aplicação das coimas por infracção aos artigos 8.º e 12.º é da competência da Entidade Reguladora para a Comunicação Social.» [Sic.]

Assim, restringindo o elenco sancionatório às competências desta Entidade Reguladora, somos levados a destacar como sanções – não sem importantes notas – no âmbito de processos de contraordenações a violação de:

1. Artigo 8.º – Direito de acesso a fontes oficiais de informação – direito no âmbito da violação do qual, os perpetradores a condenar em contraordenações seriam:
 - a. «órgãos da Administração Pública enumerados no n.º 2 do artigo 2.º do Código do Procedimento Administrativo.» (artigo 8.º, n.º 1, alínea a); e as
 - b. «empresas de capitais total ou maioritariamente públicos, (...) empresas controladas pelo Estado, (...) empresas concessionárias de serviço público ou do uso privativo ou exploração do domínio público e ainda por quaisquer entidades que exerçam poderes públicos ou prossigam interesses públicos, quando o acesso pretendido respeite a actividades reguladas pelo direito administrativo.» [Sic.] (artigo 8.º, n.º 1, alínea b).

Acontece que – ainda que prevista a competência (artigo 20.º, n.º 6), a ação prevista e os seus responsáveis (artigo 8.º, n.º 1), apenas poderá haver lugar a processo de contraordenação, e eventuais coimas, caso a ação censurável esteja autonomamente tipificada, naquela ou numa outra norma, como contraordenações. Explicitando o respetivo quadro de limites mínimos e máximos da coima. O que no caso deste artigo 8.º não se verifica.

Assim, a primeira parte do artigo 20.º, n.º 6 – competência da ERC para contraordenações por violação do artigo 8.º – revela-se uma norma inexecutável por falta de previsão dos limites da coima e, portanto, vazia.

2. Artigo 12.º – Desrespeito pela independência dos jornalistas e cláusula de consciência.

De notar que a tipificação contraordenacional (artigo 20.º, n.º 1, alínea c), iii) prevê uma coima de 2500 a 15 000 euros, para casos de violação dos n.ºs 1 a 3 deste artigo 12.º:

- a. Artigo 12.º, n.º 1 – Proibição de constranger jornalistas a:
 - i. Expressar ou subscrever opiniões;
 - ii. Abster-se de expressar opiniões;
 - iii. Desempenhar tarefas profissionais contrárias à sua consciência;
 - iv. Serem alvo de medida disciplinar em virtude dos fatos anteriores.

- b. Artigo 12.º, n.º 2 – Direito de recusa a ordens ou instruções editoriais sem ser da direção ou chefia de informação;
- c. Artigo 12.º, n.º 3 – Direito de oposição fundamentada dos jornalistas à publicação ou divulgação dos seus trabalhos noutra OCS.

Assim, no quadro estritamente sancionatório do EJ, a ERC tem apenas competências para o processamento de contraordenações no âmbito deste artigo 12.º.

7. CONCLUSÃO

Em conclusão, decorre da análise quantitativa e qualitativa da atividade sancionatória da ERC que:

- a. Esta se centra em processos contraordenacionais, com ou sem aplicação de coimas ou admoestações. Atividade que em média absorve quase 10 % das Deliberações adotadas;
- b. O quadro regulatório admite outras ações que, não preenchendo o conceito estrito de «sanção», revelam, geralmente de forma acessória ou por agravamento, um desvalor enquanto tal entendido pelos regulados (máxime a obrigação de publicitação de juízos de censurabilidade);
- c. Nem sempre ao manifesto objetivo legal de garantir certos direitos ou obrigações, p. ex. rigor informativo, corresponde necessariamente previsão legal de contraordenação;
- d. A dispersão das previsões normativas pela legislação setorial – e consequente variação das correspondentes sanções – dificulta a ação e procedimento sancionatório do Regulador.

PROCEDIMENTOS DE REGULAÇÃO E SUPERVISÃO

1. VISÃO GLOBAL

Os Estatutos da ERC dedicam um capítulo aos procedimentos de regulação e supervisão. Embora à primeira vista possa parecer que essa matéria se encontra aí regulada de forma cabal, treze anos de aplicação prática do diploma associados a diversas alterações no setor e em legislação que de algum modo toca a atividade da ERC revelaram algumas lacunas e incoerências, obrigando a encontrar soluções que permitam a tramitação dos procedimentos. Em especial, neste texto, trata-se dos procedimentos que são iniciados na sequência de um requerimento ou exposição de um particular, apresentando-se de forma simples de que forma são «operacionalizados» e destacando as principais diferenças quando seguem a tramitação do procedimento de queixa ou do procedimento oficioso.

2. PROCEDIMENTOS DE QUEIXA VS PROCEDIMENTOS OFICIOSOS (INICIADOS NA SEQUÊNCIA DE REQUERIMENTO DE PARTICULAR)

Os Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro (Est.ERC), dedicam um capítulo aos procedimentos de regulação e supervisão. Este capítulo, bem mais detalhado do que a parte homóloga dos Estatutos da Alta Autoridade para a Comunicação Social¹⁰⁹, teria a pretensão de regular de forma cabal tais procedimentos. Não obstante, mais de uma década volvida, a matéria ainda suscita dúvidas, sobretudo quando se trata de tramitar processos desencadeados na sequência de uma exposição ou requerimento apresentado por um «particular»¹¹⁰.

De facto, são já treze anos de aplicação prática dos Est.ERC, que permitiram identificar problemas e também encontrar algumas soluções. Simultaneamente, são treze anos em que o setor e a legislação que de algum modo toca a atividade da ERC foram mudando obrigando-a a adaptar-se a elas¹¹¹.

O presente texto tem como objetivo apresentar de forma simples o cenário atual, partilhando, com transparência, como são interpretados os dispositivos legais aplicáveis e «operacionalizados», neste momento, os procedimentos que se iniciam na sequência de requerimentos apresentados por particulares, sabendo de antemão que não existem enquadramentos jurídicos perfeitos e que está em causa, como sempre no Direito, um trabalho em curso.

Não se trata, portanto, de elencar todos os procedimentos que podem ser tramitados na ERC, mas apenas de tratar os procedimentos «de queixa» e «oficiosos».

O procedimento de queixa encontra-se regulado nos artigos 55.º a 58.º, dos Est.ERC. Numa fase inicial da atividade da ERC este era o procedimento aplicável sempre que o processo se iniciava na sequência de requerimento de um particular. Esta solução assentava numa leitura ampla do procedimento de queixa, na assunção de que o legislador teria pretendido consagrar um procedimento participado, que abrisse ao público em geral, aos destinatários dos órgãos de comunicação social, a possibilidade de solicitar a intervenção da ERC em todos os casos em que uma norma reguladora da comunicação social fosse violada. Tanto mais porque, por um lado, estávamos numa fase inicial de atividade da ERC em que se pretendia «incentivar» o recurso a esta entidade e, por outro, porque não se encontrava nos Est.ERC outro procedimento especificamente aplicável ou mais ajustado a essa realidade.

¹⁰⁹ Aprovados pela Lei n.º 43/98 de 6 de agosto.

¹¹⁰ Em sentido genérico, não necessariamente jurídico.

¹¹¹ De que o exemplo mais evidente é o Código do Procedimento Administrativo (doravante, CPA).

Esta solução colocava, porém, especiais dificuldades jurídicas e de aplicação prática. Desde logo, era por vezes difícil justificar que o requerente era um «interessado» para os efeitos do artigo 55.º, dos Est.ERC, no sentido de ter um interesse específico ou direto no caso. Não obstante, esta dificuldade ia sendo ultrapassada graças à formulação ambígua ou ampla do artigo 55.º, dos Est.ERC, nomeadamente, quando se refere à violação de quaisquer normas regulamentares aplicáveis às atividades de comunicação social. Mais flagrante era a obrigatoriedade de realizar uma audiência de conciliação em todos esses procedimentos¹¹². Ora que sentido fazia procurar obter um acordo entre um telespectador que denuncia a emissão de um programa com violência gratuita e o operador que o transmitiu? Mais, que sentido fazia o Conselho Regulador proferir a sua decisão por remissão para esse acordo e dar por encerrado, assim, o processo?

Foi essencialmente perante esta última dificuldade que começou a construir-se outro caminho. A noção de interessado para os efeitos do artigo 55.º, dos Est.ERC, foi-se tornando mais afinada e rigorosa e começou a aplicar-se de forma mais consistente e coerente o procedimento oficioso, importado do Código do Procedimento Administrativo com as necessárias adaptações.

Assim, atualmente todos os procedimentos iniciados na sequência de requerimento de um particular – que não sejam enquadráveis noutro procedimento específico, como é o caso, por exemplo, do direito de resposta e de retificação – seguem um de dois procedimentos: procedimento de queixa ou procedimento oficioso¹¹³.

Interessados, para os efeitos do artigo 55.º, dos Est.ERC, são, assim, apenas os titulares de um direito relacionado com o objeto do processo, sendo o seu requerimento tratado como uma «queixa». Já os requerimentos em que se vise a salvaguarda ou tutela de um interesse ou direito geral (noutras palavras, quando esteja em causa um valor ou matéria que afeta todos aqueles que estão expostos à atividade da comunicação social) são tratados como «denúncia» ou «participação», funcionamento como notícia que pode desencadear ou não um procedimento oficioso.

É essencialmente por essa razão que o controlo da legitimidade é bastante rígido no caso das queixas, que devem cumprir os requisitos do requerimento inicial previstos no artigo 102.º, do Código do Procedimento Administrativo (CPA)^{114 e 115}, e não é pertinente nas participações, uma vez que o procedimento oficioso poderia ser sempre desencadeado por iniciativa da ERC.

De notar que o nome ou qualificação que o requerente dá à sua exposição ou requerimento, embora possa ser tomado em consideração, não é fator determinante para o respetivo enquadramento.

As diferenças entre um e outro procedimento não se resumem à posição assumida pelo requerente, estendendo-se a toda a dinâmica do procedimental, que é bastante diferente, nomeadamente, em termos de diligências processuais e prazos.

Desde logo, se no procedimento de queixa os **factos** são genericamente delimitados pelo queixoso (e isto sem prejuízo do princípio do inquisitório¹¹⁶), no procedimento oficioso a ERC não tem de limitar-se a eles, podendo, e apenas a título de exemplo, o seu âmbito alargar-se a outros órgãos de comunicação, incluir a análise de outros elementos, circunscrever-se a outro horizonte temporal.

¹¹² Que é de realização obrigatória sempre que o denunciado apresenta oposição, nos termos do artigo 57.º, n.º 1, dos Est.ERC.

¹¹³ Sendo que o procedimento oficioso abrange ainda os procedimentos desencadeados por iniciativa da ERC.

¹¹⁴ Aprovado pelo Decreto-lei n.º 4/2015, de 7 de janeiro.

¹¹⁵ Sem prejuízo do disposto no artigo 108.º, do CPA.

¹¹⁶ Artigo 58.º, do CPA, que prevê que «[o] responsável pela direção do procedimento e os outros órgãos que participem na instauração podem, mesmo que o procedimento seja instaurado por iniciativa dos interessados, proceder a quaisquer diligências que se revelem adequadas e necessárias à preparação de uma decisão legal e justa, ainda que respeitantes a matérias não mencionadas nos requerimentos ou nas respostas dos interessados».

No procedimento de queixa o ato que dá **início ao procedimento** é a queixa enquanto que no procedimento oficioso iniciado na sequência de requerimento de um particular o ato que dá início ao procedimento é a determinação de abertura do processo pelo órgão com competência para o efeito (atualmente, o Presidente do Conselho Regulador¹¹⁷).

A **notificação** do início do procedimento também obedece a uma estrutura e a regras diferentes. No caso dos procedimentos de queixa deve ser mencionado que está em causa um procedimento ao abrigo do artigo 55.º e seguintes dos Est.ERC, sendo o enquadramento feito à luz do CPA nos procedimentos oficiosos. Em ambos os tipos de procedimento é indicado o órgão responsável pela direção do procedimento nos termos do disposto no artigo 55.º, n.º 5, do CPA.

Extremamente relevante é ainda a diferença no que toca à **audiência dos interessados**. No procedimento de queixa, o denunciado é interpelado a apresentar oposição no prazo de dez dias a contar da notificação da queixa¹¹⁸, estando consagrado um verdadeiro ónus de impugnação, dado que a falta de apresentação da oposição implica a confissão dos factos alegados pelo queixoso e consequente proferimento de decisão sumária pelo Conselho Regulador, sem prévia realização de audiência de conciliação¹¹⁹. Nos procedimentos oficiosos, a audiência dos interessados obedece às regras consagradas no CPA. Assim, pode ter lugar no início do procedimento, num momento posterior desde que o seja antes de ser tomada a decisão final, ou até nem acontecer caso se esteja perante as situações previstas no artigo 124.º, n.º 1, do CPA.

A **audiência de conciliação** prevista no artigo 57.º, dos Est.ERC, só tem lugar nos procedimentos de queixa, sendo nesses casos obrigatória sempre que o denunciado apresente oposição.

No que toca a **prazos**, o prazo de 30 dias a contar do conhecimento dos factos para apresentação da queixa (desde que tal conhecimento não tenha lugar passados mais de 120 dias da ocorrência da alegada violação) só é aplicável ao procedimento de queixa e já não no procedimento oficioso, cujo início tempestivo não é determinado por uma regra especificamente aplicável ao procedimento, mas pode decorrer de outros dispositivos legais. De notar que o prazo de 30 dias para apresentação de queixa é um prazo de caducidade, o que implica a extinção do direito após o seu decurso.

Já quanto ao prazo para a decisão, o procedimento oficioso passível de conduzir a uma decisão com efeitos desfavoráveis para os interessados caduca, na ausência de decisão, no prazo de 180 dias¹²⁰, entendendo-se que, ainda assim, a ERC pode adotar uma deliberação conquanto a mesma não tenha efeitos desfavoráveis para os interessados. Por seu turno, no procedimento de queixa após o decurso daquele prazo do artigo 55.º, dos Est.ERC, a decisão deve ser adotada no prazo máximo de 30 dias¹²¹. Aqui o decurso do prazo, que tem natureza meramente indicativa, não conduz à extinção do procedimento. Outro entendimento prejudicaria indelevelmente a expectativa e o direito dos interessados.

Uma última nota para esclarecer que as «**diretivas**», «**recomendações**» e as «**decisões**» previstas, respetivamente, nos artigos 63.º e 64.º, dos Est.ERC, não são mais do que tipologias de decisão a que o Conselho Regulador pode recorrer quando delibera, não constituindo, assim, verdadeiros procedimentos, ao contrário do que a sua inserção sistemática – na Secção V (outros procedimentos) do Capítulo V dos Est.ERC pode fazer crer. De facto, é entendimento consolidado na ERC que o disposto no artigo 58.º, dos Est.ERC não afasta a aplicação dos artigos 63.º ou 64.º dos mesmos estatutos, que funcionam complementarmente. Assim, nada impede que a deliberação adotada tanto num procedimento oficioso como num procedimento de queixa revista a forma de recomendação (que não tem carácter vinculativo) ou de decisão,

¹¹⁷ Nos termos do disposto no artigo 58.º, n.º 2, dos Est.ERC.

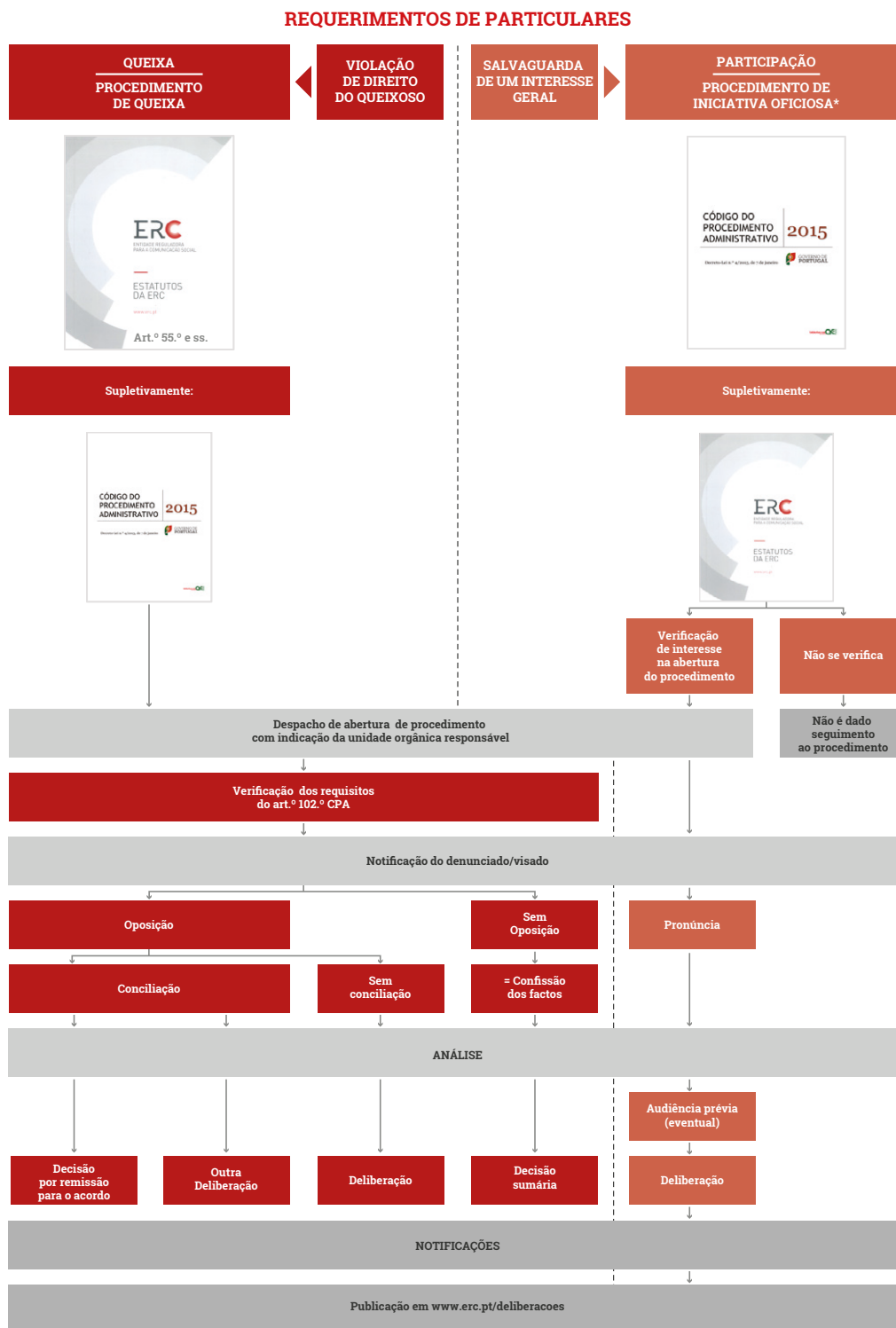
¹¹⁸ Conforme prevê o artigo 56.º, n.º 2, dos Est.ERC.

¹¹⁹ Nos termos do disposto no artigo 58.º, n.º 2, dos Est.ERC.

¹²⁰ Nos termos do disposto no artigo 128.º, n.º 6, do CPA

¹²¹ Nos termos do disposto no artigo 58.º, n.º 1, dos Est.ERC

sendo que no caso específico do procedimento de queixa a decisão pode ser, ainda, uma decisão sumária no caso de confissão dos factos alegados por falta de apresentação de oposição¹²² ou uma decisão proferida por remissão para o acordo obtido em audiência de conciliação, sob condição de cumprimento integral dos termos acordados¹²³ (tendo, em qualquer caso, carácter vinculativo).



¹²² Nos termos do disposto no artigo 58.º, n.º 2, dos Est.ERC.

¹²³ Nos termos do disposto no artigo 58.º, n.º 3, dos Est.ERC.

* Também podem ser desencadeados por iniciativa da ERC, mesmo que não exista um requerimento de particular.

VOLUME I
OS MEIOS



OFERTA E CONSUMOS DE *MEDIA*

1. VISÃO GLOBAL

É objetivo do presente capítulo obter uma visão geral dos *media* em Portugal, em 2018, no que diz respeito à oferta e ao consumo de meios de comunicação social, especificamente da televisão, rádio, imprensa e internet.

Quantos serviços de programas televisivos, radiofónicos e publicações periódicas existem? Que tipo de programação ou informação oferecem estes meios de comunicação? Como se caracteriza o acesso a estes serviços? Quais são os padrões de consumo em Portugal? Estas são as principais perguntas que orientam o presente capítulo e que, através da análise dos dados divulgados por diversas fontes, serão respondidas nas páginas seguintes.

Cada meio de comunicação social é apresentado sob dois ângulos: o da oferta e o do consumo. Salienta-se que o ponto dedicado à internet apresenta apenas os dados de consumo, pois este meio oferece aos seus utilizadores, além dos sites dos grupos de media, um conjunto quase ilimitado de informação.

2. TELEVISÃO

OFERTA

Os portugueses podem aceder aos conteúdos televisivos através do serviço gratuito de Televisão Digital Terrestre (TDT) ou mediante o pagamento de uma subscrição aos operadores de distribuição, sendo a primeira forma de acesso aquela com menor número de utilizadores únicos¹²⁴ e a menos variada quanto ao número de serviços de programas.

O serviço de TDT em Portugal Continental disponibiliza ao público sete canais¹²⁵, quatro deles generalistas, ou seja, com uma programação diversificada e dirigida a todos os públicos, e três temáticos, com uma programação centrada em matérias específicas e para públicos específicos. Os canais transmitidos nesta plataforma são de acesso não condicionado livre ou em sinal aberto.

Fig. 1 – Canais na TDT transmitidos em Portugal Continental

ARTV (Temático – Canal da Assembleia da República)
RTP1 (Generalista)
RTP2 (Generalista)
RTP3 (Temático – Informação)
RTP Memória (Temático – Documental/História)
SIC (Generalista)
TVI (Generalista)

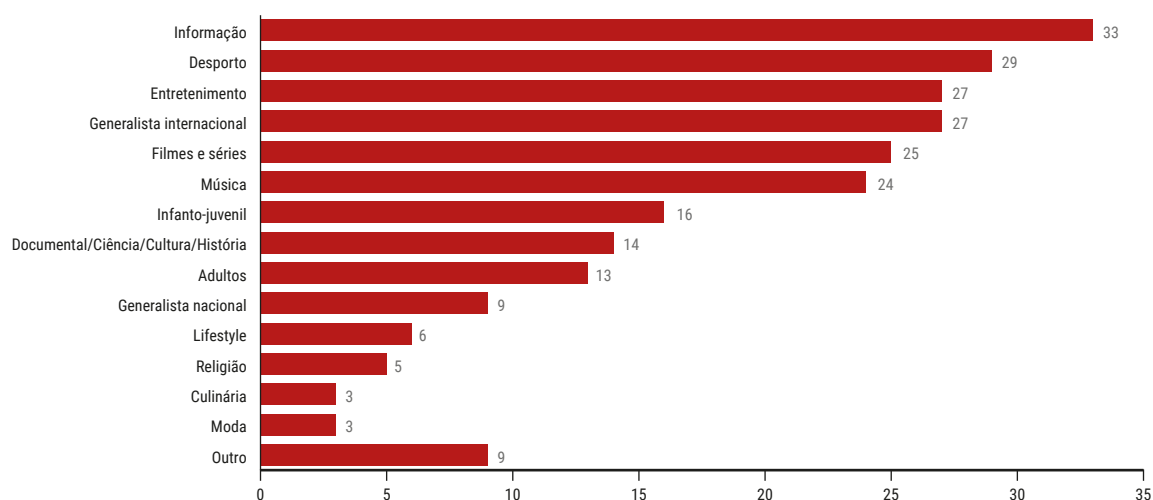
¹²⁴ Segundo o relatório “Meios de acesso ao sinal de TV”, de 2017, da ANACOM, 32,7 % dos lares utilizavam a TDT, sendo que 17,8 % destes são utilizadores exclusivos. Por outro lado, no final do primeiro semestre de 2018, 84,3 % das famílias dispunham do serviço de televisão por subscrição, segundo a mesma fonte no seu relatório “Serviço de distribuição de sinais de televisão por subscrição – 1.º semestre de 2018”.

¹²⁵ Os canais generalistas RTP Madeira e RTP Açores também são transmitidos pela TDT nas respetivas Regiões Autónomas.

Por seu lado, a oferta de canais é maior na televisão por subscrição e é variável consoante o operador de distribuição. Considerando os quatro operadores com maior número de assinantes¹²⁶, são transmitidos 243 canais. A MEO é o operador com maior número, especificamente 172, a NOS e Vodafone transmitem 156 e 154, respetivamente, e a Nowo apresenta uma oferta de 105 canais.

Contrariamente à TDT, os operadores de distribuição de sinais de televisão oferecem mais canais temáticos, destacando-se os de informação, desporto e entretenimento.

Fig. 2 – Canais nos quatro principais operadores de distribuição de sinal de televisão transmitidos em Portugal, por categoria temática



Nota: Gráfico construído com a informação disponibilizada nos sites da NOS, da MEO, da Vodafone e da Nowo em maio de 2019.

Salienta-se que nem todos os assinantes têm acesso à totalidade de canais que oferece o operador. Embora os operadores ofereçam um conjunto de serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura, existem serviços de programas que são de acesso condicionado ou canais *premium*, cujo acesso aumenta o valor pago pela subscrição.

Cabe à ERC regular as entidades que prossigam atividades de comunicação social sob a jurisdição do Estado Português. Assim, 60 serviços de programas encontram-se sujeitos à supervisão e à intervenção do Conselho Regulador. Deste conjunto, 13 são generalistas e 47 são temáticos ou dirigidos a públicos-alvo específicos (v. Anexo Fig. A1)¹²⁷.

CONSUMO

Em 2018, segundo o Marktest, 82,1 % dos portugueses em Portugal Continental com 15 e mais anos contactaram com a televisão. As mulheres, os mais idosos (indivíduos com mais de 64 anos) e os indivíduos das classes sociais mais baixas (D e E) são os maiores consumidores deste meio.

¹²⁶ Segundo a ANACOM, no primeiro semestre de 2018 o operador de distribuição NOS tinha uma quota de assinantes de 41,9 %, seguido pela MEO com 38,9 %, a Vodafone com 14,7 % e a Nowo com 4,4 %. Os quatro operadores totalizam 99,9 % da quota de assinantes da televisão paga.

¹²⁷ Cf. No presente Relatório de Regulação o capítulo "Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social".

A mesma fonte refere que cada português viu, em média, 4 horas 43 minutos e 35 segundos de televisão por dia, o que corresponde a menos 46 segundos que em 2017.

Fig. 3 - Tempo Médio de Visionamento televisivo e share de audiência, 2017-2018

Canal	2017		2018		Variação Share (p.p)
	ATV	Share (%)	ATV	Share (%)	
RTP1	00:35:18	12,4	00:34:30	12,2	-0,2
RTP2	00:04:20	1,5	00:04:04	1,4	-0,1
SIC	00:48:40	17,1	00:46:48	16,5	-0,6
TVI	00:59:36	21,0	00:56:34	19,9	-1,1
Pay TV	01:44:53	36,9	01:44:47	37,0	0,1
Outros	00:26:54	11,1	00:31:35	13,0	1,9
Total	04:44:21	100,0	04:43:35	100,0	-

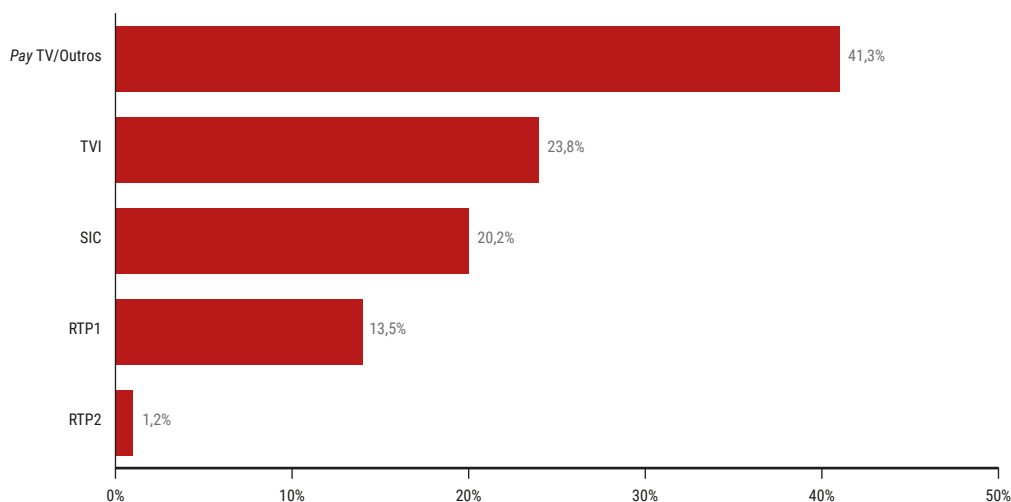
Tempo Médio de Visionamento (ATV): Tempo médio que cada indivíduo do universo despendeu a ver um canal/suporte/programa. Expresso em horas, segundos e minutos.

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 2018".

A TVI é o serviço de programas mais visto em Portugal com 19,9 % do share de audiência, seguido da SIC e da RTP1, com 16,5 % e 12,2 %, respetivamente. Estes canais generalistas em sinal aberto, incluindo a RTP2, captam, na sua totalidade, 50 % do share, valor que aumenta para 58,7 % no horário com maior audiência (horário nobre).

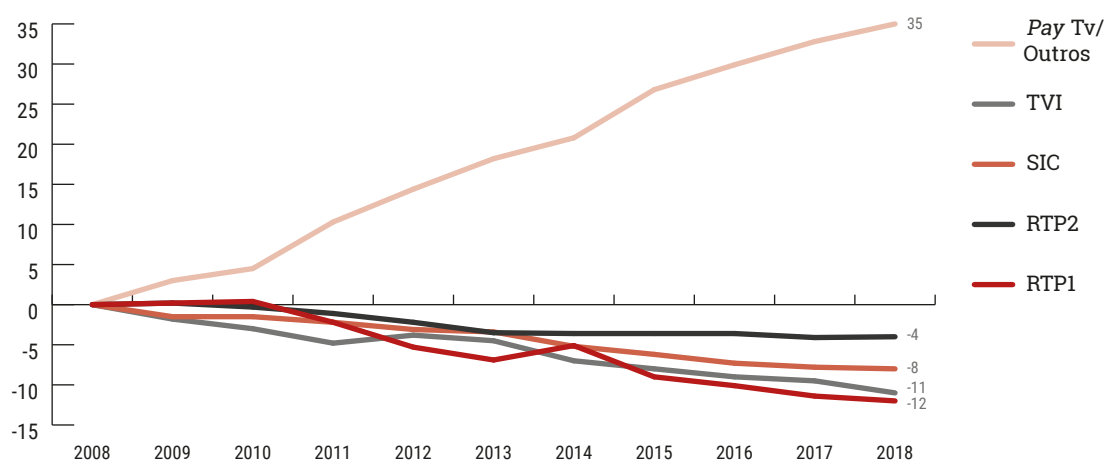
Fig. 4 - Share de audiência em horário nobre (20h - 23h), 2018



Fonte: Marktest. "Anuário de Media & Publicidade 2018".

Contudo, os canais cujo acesso está condicionado à televisão por subscrição têm vindo a ganhar 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 e que está relacionado com o aumento anual do número de assinantes de televisão paga.

Fig. 5 – Evolução do share de audiência nos canais em sinal aberto vs. Pay TV/outros, 2008 – 2018 (Índice de Base Fixa 2008 = 100)



Fonte: Marktest. "Anuário de Media & Publicidade".

Entre 2008 e 2018, os canais de acesso não condicionado com assinatura e de acesso condicionado, avaliados pela Marktest, passaram de uma quota de audiência de 15,2 % para 50,0 %, por outras palavras, ganharam 34,8 p.p.

Em termos de disponibilidade de canais nos lares portugueses, o "Barómetro das Telecomunicações da Marktest-Rede Fixa", citado pela ANACOM¹²⁸, indica que a maior parte dos lares com televisão por subscrição contratou uma oferta de mais de 100 canais no primeiro semestre de 2018 (78,4 %). A mesma fonte indica que um quarto dos lares registava o acesso a canais condicionados ou *premium*.

Por outro lado, considerando os programas mais vistos em Portugal, em 2018, as competições de futebol transmitidas pelos canais generalistas em sinal aberto continuam no *top*. O jogo da fase de grupos do Campeonato Mundial de Futebol 2018 entre Portugal e Irão, transmitido pela RTP1, foi o programa mais visto, com uma audiência média de 3,13 milhões de espectadores e 71,6 % de *share*. Neste *ranking* a RTP1 e a TVI têm quatro programas cada, os restantes dois foram transmitidos pela SIC.

Fig. 6 - Top 10 dos programas mais vistos nos canais generalistas em sinal aberto, 2018

Canal	Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
RTP1	25/jun	MUNDIAL 2018: FASE DE GRUPOS - IRÃO X PORTUGAL	32,4	71,6
RTP1	30/jun	MUNDIAL 2018: OITAVOS DE FINAL - URUGUAI X PORTUGAL	30,1	69,8
RTP1	15/jun	MUNDIAL 2018: FASE DE GRUPOS - PORTUGAL X ESPANHA	28,9	68,2
SIC	20/jun	MUNDIAL 2018: FASE DE GRUPOS - PORTUGAL X MARROCOS	23,0	72,7
TVI	29/ago	LIGA DOS CAMPEÕES: PLAY-OFF - PAOK X BENFICA	22,2	49,0
TVI	7/nov	LIGA DOS CAMPEÕES - BENFICA X AJAX	21,9	43,7
SIC	12/abr	FUTEBOL - LIGA EUROPA - SPORTING X AT. MADRID	21,9	44,9
RTP1	7/jun	FUTEBOL - JOGO AMIGÁVEL - PORTUGAL X ARGÉLIA	21,5	43,5
TVI	2/out	LIGA DOS CAMPEÕES - AEK ATENAS X BENFICA	21,0	43,8
TVI	12/dez	LIGA DOS CAMPEÕES - BENFICA X AEK	19,3	38,8

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM.

¹²⁸ ANACOM, "Serviço de distribuição de sinais de televisão por subscrição - 1º semestre de 2018".

Excluindo as competições de futebol, o “Telejornal”, da RTP1, transmitido no dia 25 de junho, foi o programa mais visto. Salienta-se que a emissão deste noticiário foi inferior a 30 minutos e 69,2 % das peças versaram sobre o Campeonato Mundial de Futebol 2018, em particular do jogo, já referido, entre Portugal e Irão. Os programas de entretenimento também se destacam neste ranking. A segunda e terceira posições são ocupadas por dois programas da TVI: a estreia da sétima edição do *reality show* “*Secret Story 7: Casa dos Segredos*” e o programa de *reality TV* “*Pesadelo na Cozinha*”.

Fig. 7 - Top 10 dos programas mais vistos nos canais generalistas em sinal aberto, excluindo o futebol, 2018

Canal	Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
RTP1	25/jun	TELEJORNAL	18,9	38,9
TVI	25/fev	SECRET STORY 7: CASA DOS SEGREDOS - GALA	18,4	39,1
TVI	21/out	PESADELO NA COZINHA	16,8	29,4
RTP1	12/mai	FESTIVAL EUROVISÃO DA CANÇÃO 2018 - FINAL	16,4	36,8
TVI	2/jan	A HERDEIRA	16,3	32,9
TVI	15/fev	A HERDEIRA II	15,7	31,2
RTP1	10/fev	FUTSAL - CAMPEONATO DA EUROPA: FINAL - PORTUGAL X ESPANHA	15,4	33,3
SIC	25/nov	CASADOS À PRIMEIRA VISTA	15,2	26,6
SIC	21/jan	SUPER NANNY	14,7	29,1
TVI	28/jan	MASTERCHEF JUNIOR	14,6	30,7

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.

Fonte: CAEM.

Tendo em conta os programas mais vistos nos canais generalistas em sinal aberto, diversos géneros fizeram parte do *ranking*. Ainda assim, as transmissões de jogos de futebol ocupam as primeiras posições, com exceção da RTP2, onde os programas de entretenimento (“Festival Internacional do Circo de Monte Carlo”), ficção (“O Preço do Açúcar”, “Ocupados”, “19-2”, “Norskov, Cidade Sombria”, “Os Condenados de Shawshank” e “Linha de Separação”) e cultura e conhecimento (“Inesquecíveis Viagens de Comboio” e “Joias, para que vos quero?”) estão entre os dez programas mais vistos (v. Anexo Figura A3).

Na RTP1, apenas um programa difere das competições de futebol no *ranking*, o noticiário “Telejornal”, mas que se centrou no Campeonato Mundial de Futebol 2018 (v. Anexo Figura A2).

No caso da SIC (v. Anexo Figura A4), os programas de entretenimento (“Casados à Primeira Vista” e “*Super Nanny*”) e ficção (“Alma e Coração” e “Paixão”) também fazem parte do top e, na TVI, dois programas de entretenimento, já referidos, “*Secret Story 7: Casa dos Segredos*” e “*Pesadelo na Cozinha*”, diferem das competições de futebol que ocupam as restantes posições (v. Anexo Figura A5).

Nos canais de acesso não condicionado com assinatura e acesso condicionado, os serviços de programas de filmes e séries continuam a ser os preferidos dos espectadores.

Fig. 8 - Tempo Médio de Visionamento e Share de audiência dos canais da televisão por subscrição por macro géneros, 2018

Macro género	ATV	Share (%)
Filmes e séries	00:35:12	12,3
Informação	00:28:33	10,0
Infantil	00:22:49	8,0
Generalista	00:11:58	4,2
Entretenimento/Lifestyle	00:11:45	4,1
Desporto	00:08:53	3,1
Documentário	00:05:12	1,8

Nota: A classificação dos macro géneros é realizada pela Marktest.

Fonte: Marktest. "Anuário de Media & Publicidade 2018".

No que diz respeito aos programas mais vistos na televisão por subscrição, o jogo de futebol do Campeonato da Europa Sub-21, transmitido pela CMTV, entre Portugal e Bósnia foi o programa mais visto em 2018. Neste *ranking*, a CMTV ocupa oito posições com programas desportivos e informativos. As restantes posições são ocupadas pelo canal de informação TVI24, com duas competições de futsal.

Fig. 9 - Top 10 dos programas mais vistos nos canais da televisão por subscrição, 2018

Canal	Data	Descrição	Rating # (000)	Share (%)
CMTV	16/out	Futebol - Camp. Da Europa Sub-21: Qualificação: Portugal X Bósnia	398,3	13,2
TVI24	27/jun	Futsal - Liga Sport Zone: Benfica X Sporting	387,5	11,6
CMTV	3/out	Notícias Cm	310,0	8,8
CMTV	20/nov	Futebol - Camp. Da Europa Sub-21: Qualificação: Portugal X Polónia	306,2	14,5
CMTV	15/abr	Cm Jornal 20H	294,8	7,7
TVI24	30/jun	Futsal - Liga Sport Zone: Sporting X Benfica	291,6	12,8
CMTV	15/abr	Golos: Benfica X FC Porto	288,8	9,3
CMTV	13/out	Jornal 7	285,0	9,2
CMTV	14/jan	Futsal - Taça Da Liga: Sporting X Benfica	282,2	10,4
CMTV	7/set	Futebol - Camp. Da Europa Sub-21: Qualificação: Portugal X Roménia	280,7	10,4

Fonte: Marktest. Anuário de Media & Publicidade 2018.

AUDIÊNCIAS POR GÊNEROS TELEVISIVOS

Nos pontos seguintes apresentam-se os programas mais vistos transmitidos nos canais generalistas de acesso livre por géneros televisivos.

Informativos

Em 2018, o programa informativo mais visto nos canais generalistas em sinal aberto foi a edição, anteriormente referida, de 25 de junho, do noticiário "Telejornal", da RTP1, com um *rating* de 18,9 % e um *share* de 38,9 %. Outros serviços noticiosos transmitidos no horário nobre entram no *ranking*, como a edição de 4 de fevereiro do "Jornal das 8", da TVI, e a edição de 17 de setembro do "Jornal da Noite", da SIC.

Fig. 10 - Top 5 dos programas informativos mais vistos nos canais generalistas em sinal aberto, 2018

Canal	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
RTP1	25/jun	TELEJORNAL	18,9	38,9
TVI	4/fev	JORNAL DAS 8	14,2	29,0
SIC	22/jan	ESPECIAL INFORMAÇÃO	13,2	26,2
SIC	17/set	JORNAL DA NOITE	11,9	26,1
TVI	8/jun	O SEGREDO DOS DEUSES	11,1	25,5

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM.

Ficção

Neste género destacam-se as telenovelas de horário nobre, nomeadamente da TVI. Os episódios da “Herdeira” de 2 de janeiro (primeira temporada) e de 15 de fevereiro (segunda temporada) foram os mais vistos. Por seu lado, o primeiro episódio da telenovela “Alma e Coração”, da SIC, ocupou a terceira posição, seguida por “Paixão”, do mesmo canal.

Fig. 11 - Top 5 dos programas de ficção mais vistos nos canais generalistas em sinal aberto, 2018

Canal	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
TVI	2/jan	A HERDEIRA	16,3	32,9
TVI	15/fev	A HERDEIRA II	15,7	31,2
SIC	17/set	ALMA E CORAÇÃO	14,3	29,7
SIC	8/jan	PAIXÃO	13,6	26,8
TVI	10/dez	VALOR DA VIDA	13,4	27,7

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM.

Entretenimento

A gala de estreia do *reality show* “Secret Story: Casa dos Segredos”, da TVI, foi o programa de entretenimento mais visto, com 18,4 % de *rating* e uma quota de audiência de 39,1 %. Os programas “Pesadelo na Cozinha” e “Masterchef Junior”, do mesmo serviço de programas, ocupam a segunda e a quinta posições. Também o *reality show* “Casados à Primeira Vista” e o programa *reality TV* “Super Nanny”, ambos da SIC, encontram-se entre os mais vistos.

Fig. 12 - Top 5 dos programas de entretenimento mais vistos nos canais generalistas em sinal aberto, 2018

Canal	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
TVI	25/fev	SECRET STORY 7: CASA DOS SEGREDOS - GALA	18,4	39,1
TVI	21/out	PESADELO NA COZINHA	16,8	29,4
SIC	25/nov	CASADOS A PRIMEIRA VISTA	15,2	26,6
SIC	21/jan	SUPER NANNY	14,7	29,1
TVI	28/jan	MASTERCHEF JUNIOR	14,5	30,7

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM.

Desportivos – Excluindo o futebol

Excluindo o futebol, o jogo final do Campeonato da Europa de futsal entre Portugal e Espanha, transmitido pela RTP1, foi o programa desportivo com maior audiência, com um *rating* de 1,49 milhões de espectadores. As transmissões das competições de hóquei e de ciclismo, também emitidas pelo operador público, encontram-se entre as mais vistas.

Fig. 13 - Top 5 dos programas desportivos, excluindo o futebol, mais vistos nos canais generalistas em sinal aberto, 2018

Canal	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
RTP1	10/fev	FUTSAL - CAMPEONATO DA EUROPA: FINAL – PORTUGAL X ESPANHA	15,4	33,3
RTP1	21/jul	HÓQUEI EM PATINS - CAMP.DA EUROPA – PORTUGAL X ITÁLIA	6,5	16,9
RTP1	11/ago	CICLISMO - VOLTA A PORTUGAL	6,5	26,7
RTP1	22/jul	HÓQUEI EM PATINS - CAMP.DA EUROPA – ESPANHA X PORTUGAL	6,3	22,7
RTP1	5/ago	CICLISMO - VOLTA A PORTUGAL	6,2	21,3

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM.

Cultura e conhecimento

Os programas de cultura e conhecimento com maior audiência são os espetáculos da RTP1 e da SIC. A final do “Festival Eurovisão da Canção de 2018” foi a transmissão mais vista, com uma audiência média de 16,4 % e 36,8 % de *share*.

Fig. 14 - Top 5 dos programas de cultura e conhecimento mais vistos nos canais generalistas em sinal aberto, 2018

Canal	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
RTP1	12/mai	FESTIVAL EUROVISÃO DA CANÇÃO 2018	16,4	36,8
SIC	7/jan	FILHO DA TRETA	8,2	17,2
RTP1	12/jun	SANTO ANTÓNIO: MARCHAS POPULARES	8,0	23,6
SIC	31/dez	TONY CARREIRA, 30 ANOS DE CANÇÕES	7,7	24,5
SIC	22/dez	CIRCO DE NATAL SIC ESPERANÇA	7,5	18,7

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM.

Infantis-juvenis

Os desenhos animados da SIC ocupam as primeiras posições dos programas infantis-juvenis mais vistos. Salienta-se que este género apresenta os valores de audiência mais baixos entre os géneros analisados.

Fig. 15 - Top 5 dos programas infantis-juvenis mais vistos nos canais generalistas em sinal aberto, 2018

Canal	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
SIC	3/mar	DRAGON BALL SUPER	1,6	11,8
SIC	21/abr	ZAK STORM	1,1	9,9
SIC	14/jul	STAR WARS REBELS	1,1	11,2
SIC	3/mar	DRAGÕES: EM BUSCA DO DESCONHECIDO	1,0	9,9
SIC	6/jan	NEXO KNIGHTS	1,0	7,6

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM.

3. RÁDIO

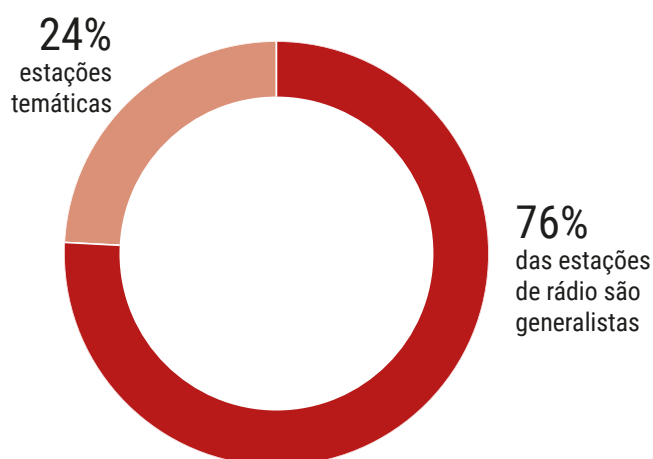
OFERTA

Em Portugal, em 2018, estiveram ativas 329 estações de rádio: duas de cobertura internacional (sem frequências no território português), seis nacionais, cinco regionais, uma regional-local e 315 locais¹²⁹.

Contudo, a área de cobertura não dificulta o acesso, pois grande parte das estações disponibiliza a sua emissão pela internet.

No que diz respeito à tipologia dos serviços de programas radiofónicos, 75,7 % são rádios generalistas, com uma componente informativa que devem cumprir, e as restantes são estações temáticas, destacando-se as musicais (62 estações).

Fig. 16 – Estações de rádio por cobertura e tipo de programação, 2018



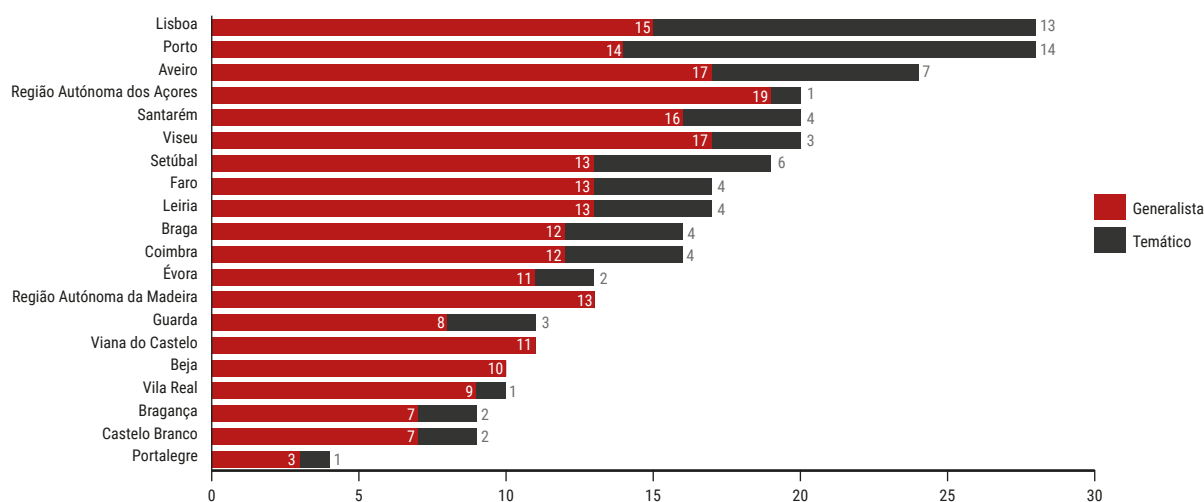
Cobertura/Tipo de programação	Estações
Internacional	2
Generalista	2
Nacional	6
Generalista	4
Temático	2
Regional	5
Generalista	2
Local e Regional	1
Generalista	1
Local	315
Generalista	240
Temático	75
Total Geral	329

Fonte: ERC.

Entre os serviços de programas locais, Lisboa e Porto concentram o maior número de estações, com 28 cada distrito. Portalegre é o distrito com o menor número de estações.

¹²⁹ Cf. No presente Relatório de Regulação o capítulo "Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social"

Fig. 17 - Estações de rádio de cobertura local por distrito, 2018



Fonte: ERC.

CONSUMO

Segundo a Marktest, em 2018, 56,2 % dos residentes em Portugal Continental com 15 e mais anos ouviram rádio, sendo que os homens, as pessoas entre os 25 e os 44 anos e as classes sociais médias (C1 e C2) revelaram maior afinidade com este meio de comunicação social.

O tempo médio de escuta diária de rádio foi de 2 horas e 49 minutos, ou seja, 17 minutos menos que em 2017 e o suporte de escuta de emissões de rádio com mais utilizadores é o autorrádio (72,4 %), seguido do rádio portátil (16,0 %) e o telemóvel (15,7 %)¹³⁰.

A estação generalista Rádio Comercial, do grupo radiofónico Media Capital, foi a mais ouvida, com uma audiência acumulada de véspera de 17,2 %, seguida da RFM, serviço de programas generalista do Grupo Renascença, com 16,6 %.

¹³⁰ Marktest, "Bareme Rádio 2.º semestre 2018".

Fig. 18 - Tempo Médio de Audiência e Audiência Acumulada de Véspera 2017 – 2018

Grupos/Estações	Tipo de programação	2017		2018		Variação AVV (p.p)
		ATSL	AVV (%)	ATSL	AVV (%)	
Grupo Renascença		02:31	23,9	02:18	24,0	0,1
RFM	Generalista	02:32	16,3	02:18	16,6	0,3
R. Renascença	Generalista	02:10	5,2	02:06	4,9	-0,3
Mega Hits	Temático - Musical	01:37	2,7	01:26	2,9	0,2
Rádio Sim	Generalista	03:19	0,9	02:46	0,9	0,0
Grupo Media Capital		02:39	23,4	02:23	24,6	1,2
Rádio Comercial	Generalista	02:31	15,9	02:14	17,2	1,3
M80	Temático - Musical	02:38	5,5	02:15	6,1	0,6
Cidade FM	Temático - Musical	01:43	2,7	01:36	2,6	-0,1
Smooth FM	Temático - Musical	02:06	1,0	02:07	0,8	-0,2
Vodafone	Temático - Musical	0.1	0,3	0.1	0,3	0,0
Grupo RDP		02:16	6,2	02:14	6,6	0,4
Antena 1	Generalista	02:13	4,3	02:15	4,6	0,3
Antena 3	Temático - Público jovem	02:05	1,6	01:58	1,8	0,2
Antena 2	Temático - Cultural	01:59	0,4	01:32	0,5	0,1
TSF	Temático - Informativo	01:48	2,9	01:44	2,7	-0,2
Total Rádio		03:06	54,7	02:49	56,2	1,5

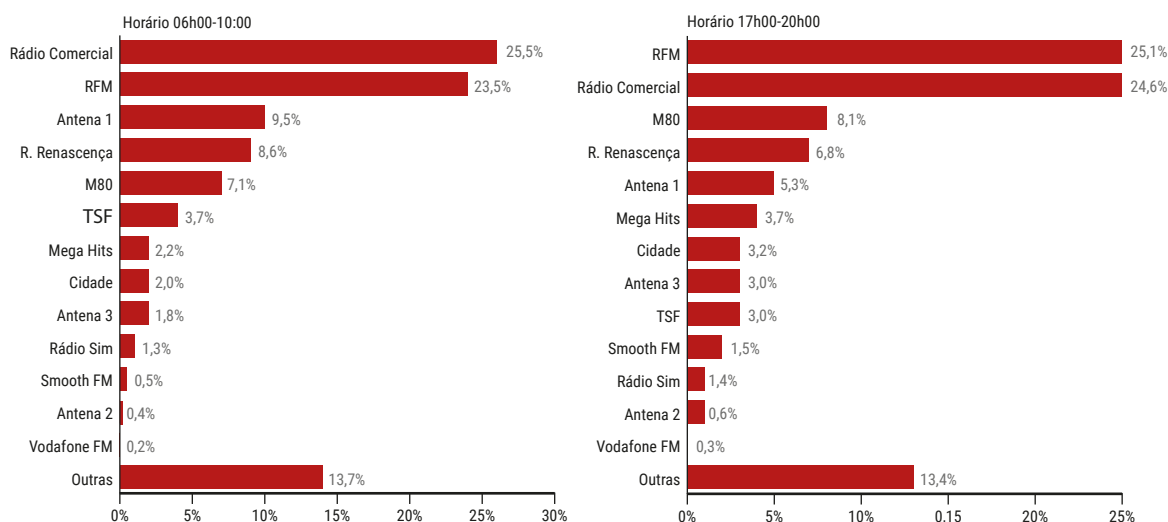
Tempo Médio de Audiência (ATSL): consiste na média do tempo que os ouvintes dedicaram à audição de rádio num determinado período horário ou no total do dia. Expresso em horas e minutos.

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 2018".

Em Portugal, o consumo diário de rádio apresenta dois picos de audiência, um no horário entre as 06h00 e as 10h00 (28,8 % de AAV) e outro entre as 17h00 e as 20h00 (25,7 % de AAV), ambos influenciados pelos ouvintes de rádio no carro durante os dias de semana.

Analisando a quota de audiência das estações em ambos horários, a Rádio Comercial e RFM concentram 49,7 % do *share* no horário da manhã, nomeadamente com os programas transmitidos nos dias de semana, "Manhãs da Comercial" e "Café da Manhã", respetivamente. Já durante o pico de audiência da tarde, ambas estações voltam a ter a mesma quota de audiência com os programas transmitidos nos dias de semana, "Já Se Faz Tarde", da Rádio Comercial, e o programa da apresentadora Catarina Figueiredo, da RFM.

Fig. 19 - Share de audiência das principais franjas horárias, 2018

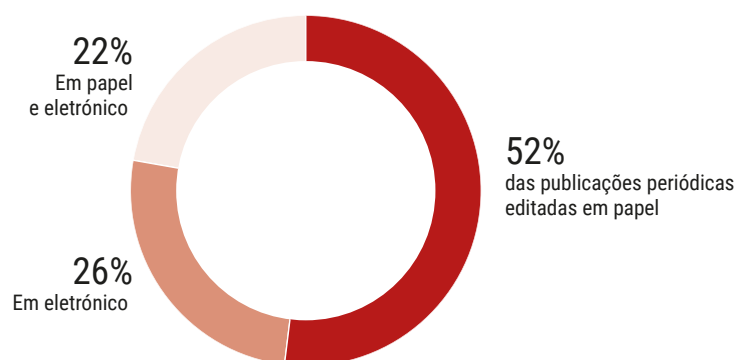
Fonte: Marktest. "Anuário de Media & Publicidade 2018".

4. IMPRENSA

OFERTA

Nos registos da ERC encontram-se, no final de 2018, 1770 publicações periódicas ativas, sendo que 57,7 % são de âmbito nacional, 42,2 % regional e uma publicação de alcance internacional¹³¹.

Mais da metade da imprensa portuguesa é produzida em papel (51,6 %), já o suporte eletrónico cobre 26,4 % das publicações.

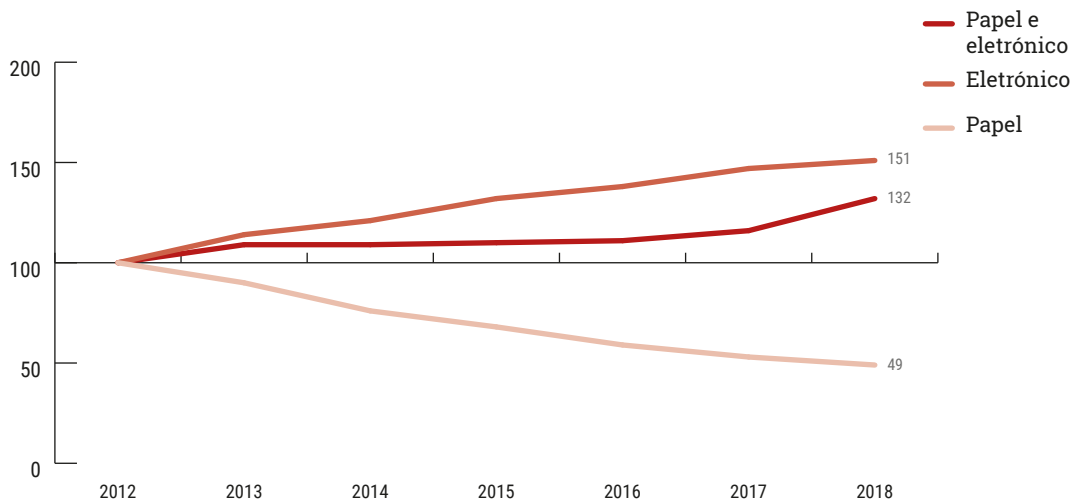
Fig. 20 – Publicações periódicas ativas por suporte de difusão, 2018

Fonte: ERC.

¹³¹ Trata-se da revista Lusopress, dirigida às comunidades portuguesas no estrangeiro e que circula em Portugal, França, Bélgica, Inglaterra, Estados Unidos, entre outros países. Para conhecer mais detalhes das publicações registadas, consultar o capítulo "Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social" do presente relatório.

Salienta-se que a imprensa é o setor mais afetado pelo consumo de informação digital. O número de publicações impressas continua a diminuir anualmente. Entre 2012 e 2018, 50,9 % das publicações em formato papel saíram do mercado. Em contrapartida, os grupos de *media* apostam cada vez mais no formato digital ou na publicação em formato papel e eletrónico em simultâneo.

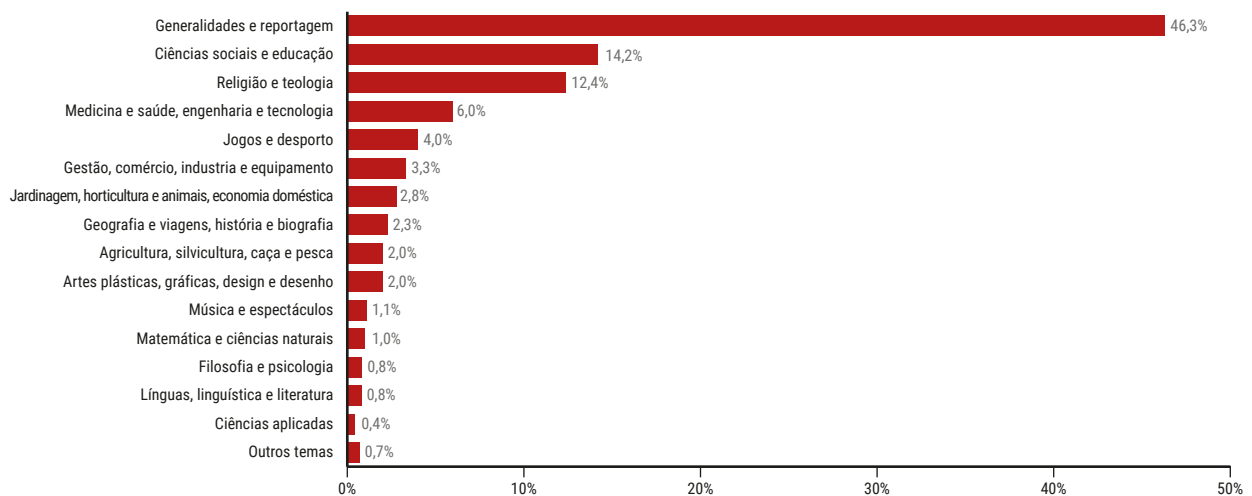
Fig. 21 – Evolução das publicações periódicas ativas por suporte de difusão, 2012 – 2018 (Índice de Base Fixa 2012 = 100)



Fonte: ERC.

Tendo em conta o tema do conteúdo principal, os dados do “Inquérito às publicações periódicas de 2017”, do Instituto Nacional de Estatística, que cobre a quase totalidade das publicações editadas em papel ou em papel e eletrónico simultaneamente, revelam que 46,3 % das publicações colocadas no mercado correspondem a informação geral.

Fig. 22 - Publicações periódicas segundo o tema do conteúdo principal, 2017



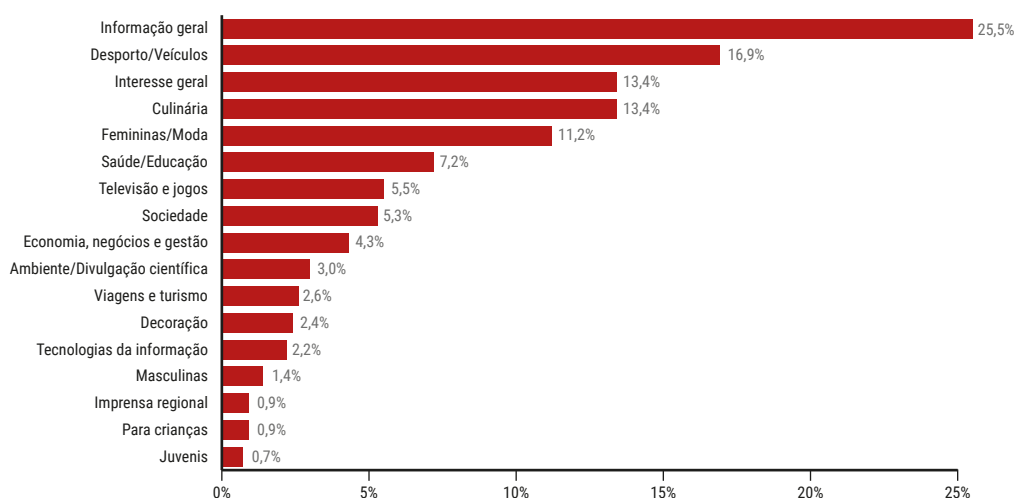
Fonte: INE. “Estatísticas da Cultura, 2017”.

CONSUMO

De acordo com a Marktest, em 2018, 51,2 % dos residentes em Portugal Continental com 15 e mais anos leram ou folhearam a última edição de um título de imprensa, o equivalente a uma média diária de 4,4 milhões de indivíduos. Os homens, os indivíduos entre os 35 e os 44 anos e os pertencentes às classes sociais médias (C1 e C2) foram os grupos que registaram maiores níveis de audiência média, ou seja, tiveram uma maior afinidade com a imprensa em papel.

As publicações de informação geral foram as mais procuradas, com uma audiência média de 25,5 %, a que se seguem as publicações de desporto e veículos, com 16,9 %.

Fig. 23 - Audiência média por tipo de publicação, 2018



Fonte: Marktest. "Anuário de Media & Publicidade 2018".

O jornal diário de informação geral Correio da Manhã foi a publicação mais lida em Portugal em 2018, com uma audiência média de 11,1 %, ou seja, cada edição foi contactada por uma média diária de mais de 950 mil leitores, seguido do diário Jornal de Notícias (9,8 %).

Nas publicações de informação especializada, a revista mensal da Associação Portuguesa da Defesa do Consumidor, Proteste (8,7 %), e os jornais diários desportivos A Bola (7,8 %) e Record (7,5 %) obtiveram as maiores audiências.¹³²

Os dados consultados da Marktest referem-se apenas ao consumo de imprensa em papel. Para conhecer a preferências dos portugueses no digital recorreu-se aos dados da APCT, embora permitam realizar apenas uma aproximação do consumo¹³³. Esta fonte publica anualmente os valores de circulação impressa e digital, ou seja, o número de exemplares, em ambos suportes de difusão, colocados no mercado e que chegaram aos leitores.

¹³² TA Marktest analisa as audiências de 64 títulos no mercado português.

¹³³ A APCT divulga dados de tiragem e circulação das publicações dos seus editores associados e não calcula, como a Marktest, a população que contacta com cada edição de um determinado título. O "Boletim Informativo Jan/Dez 2018", da APCT, mostra os dados de 66 títulos no mercado português.

As publicações de informação geral apresentam os maiores valores médios de circulação digital por edição, especificamente o jornal semanal Expresso, com 27,7 mil assinaturas, seguido do jornal diário Público, com 15,4 mil. Também se destaca o jornal semanal de informação regional Região de Leiria, com 14,8 mil assinaturas.

Já nas publicações de informação especializada, a revista mensal de tecnologias de informação, Exame Informática, regista a maior circulação digital, com 10,7 mil assinaturas. O jornal diário de economia, negócios, finanças, mercados, bolsas e empregos Jornal de Negócios, com 5,3 mil assinaturas, e o jornal mensal para profissionais de medicina dentária O JornalDentistry, com 4,2 mil, também se destacam entre os títulos de informação especializada com mais procura no digital.

Por outro lado, a circulação de publicações periódicas em 2018, divulgada pela APCT, demonstra um comportamento semelhante ao dos anos anteriores, ou seja, na maioria das publicações de informação geral e especializadas regista-se uma quebra na circulação impressa e um aumento da circulação de assinaturas digitais. Ainda assim, os valores médios por edição digital não atingem os da circulação em papel como se pode observar nas tabelas apresentadas nos anexos.

5. INTERNET

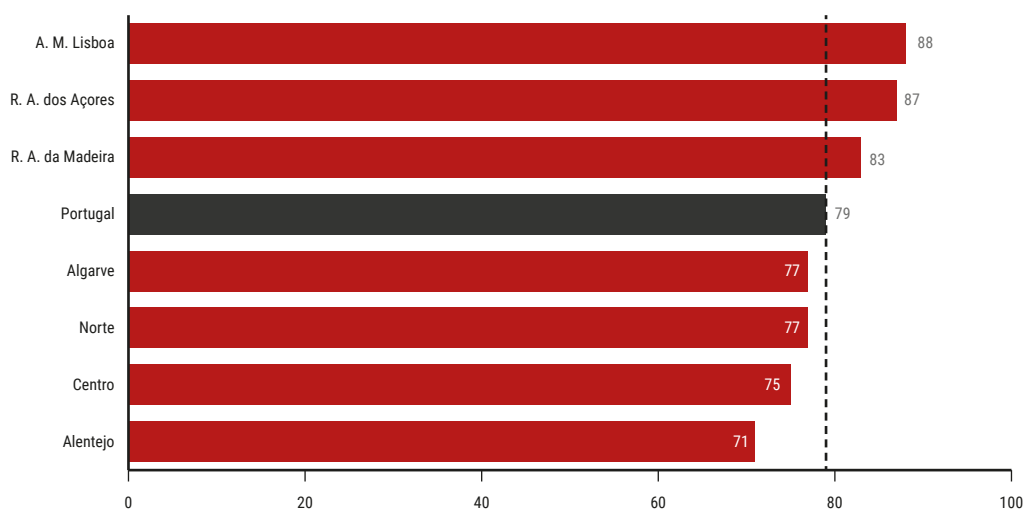
CONSUMO

Segundo o INE, em 2018, 75 % dos residentes em Portugal entre os 16 e os 74 anos referiram já ter usado a internet em algum momento. O uso da internet foi mais frequente entre os homens, as pessoas entre os 16 e os 44 anos e as que completaram o ensino secundário ou o ensino superior.

A utilização de internet em equipamentos portáteis fora de casa e do local de trabalho é frequente entre os portugueses (81 %), principalmente através do telemóvel ou *smartphone*.

Considerando os agregados domésticos, 79 % das famílias têm acesso à internet. A Área Metropolitana de Lisboa é a região onde os agregados tiveram maior acesso à internet (88 %). Por sua vez, o Alentejo é a região com os níveis de acesso mais baixos, 8 p.p. abaixo da média nacional.

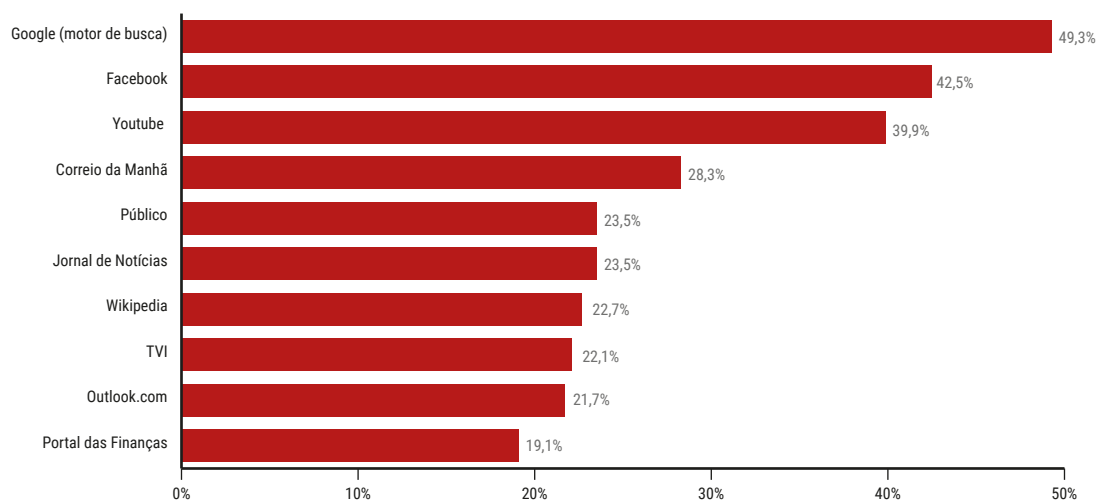
Fig. 24 - Agregados domésticos com ligação à internet, NUTS II, 2018



Fonte: INE. "Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2018".

Analisando as audiências, segundo os dados do “Anuário de Media e Publicidade”, da Marktest¹¹, o motor de busca Google obteve o maior *reach* em 2018, alcançando 49,3 % dos residentes em Portugal Continental com 15 anos e mais, o equivalente a 4 milhões e 220 mil indivíduos. A segunda e terceira posição são ocupadas pela rede social Facebook e pela plataforma de vídeos YouTube, com 42,5 % e 39,9 %, respetivamente.

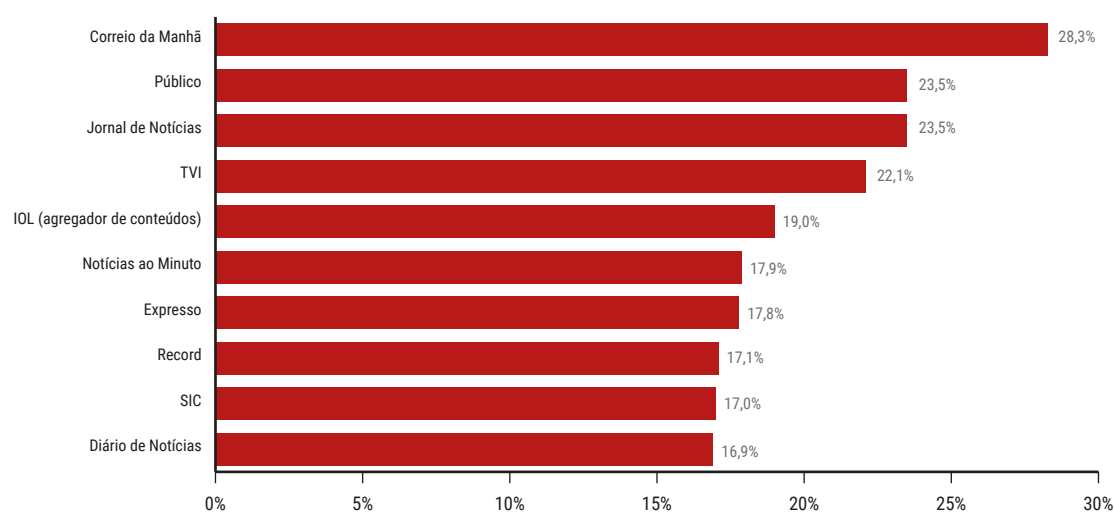
Fig. 25 - Top 10 das entidades em *reach*, 2018



Fonte: Marktest. “Anuário de Media & Publicidade 2018”.

Considerando apenas os dez sites dos grupos de *media* nacionais com maior alcance, os *sites* noticiosos ocupam sete posições e as restantes são ocupadas por dois *sites* televisivos e um agregador de conteúdos. O *site* noticioso do Correio da Manhã apresenta o maior *reach*, com 28,3 %.

Fig. 26 - Top 10 das entidades de grupos de *media* em *reach*, 2018



Nota: As análises realizadas pela Marktest correspondem ao período agosto-dezembro de 2018.
Fonte: Marktest. “Anuário de Media & Publicidade 2018”.

¹³⁴ As análises realizadas pela Marktest correspondem ao período agosto-dezembro de 2018.

ANEXOS**OFERTA E CONSUMOS DE MEDIA****Fig.A1 - Serviços de programas televisivos com licença/autorização ativos em Portugal, 2018**

Tipologia	N.º 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	11	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
		Sporting TV
Filmes e séries	9	Canal BLAST
		Cinemundo
		DStv Pipoca
		Hollywood
		TV Cine 1
		TV Cine 2
		TV Cine 3
		TV Cine 4
		TVSéries
Entretenimento	5	Q
		SIC Caras
		SIC Radical
		TVI Reality
		ZAP Viva
Informação	4	RTP 3
		RTV
		SIC Notícias
		TVI 24

Infantojuvenil	4	Canal Panda
		Panda Biggs
		SIC K
		Txillo
Religião	3	Angelus TV
		Kuriakos TV
		TV Canção Nova Portugal
Música	2	MTV Portugal
		MVM
Outros	9	Canal 180
		Canal NOS
		Hot TV
		Localvisão TV
		RTP Memória
		S+
		SIC Mulher
		TVI Ficção
		ZAP Novelas

Fonte: ERC.

Fig. A2 - Top 10 dos programas mais vistos na RTP1, 2018

Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
25/jun	MUNDIAL 2018: FASE DE GRUPOS - IRÃO X PORTUGAL	32,4	71,6
30/jun	MUNDIAL 2018: OITAVOS DE FINAL - URUGUAI X PORTUGAL	30,1	69,8
15/jun	MUNDIAL 2018: FASE DE GRUPOS - PORTUGAL X ESPANHA	28,9	68,2
7/jun	FUTEBOL - JOGO AMIGÁVEL - PORTUGAL X ARGÉLIA	21,5	43,5
25/jun	TELEJORNAL	18,9	38,9
24/jan	FUTEBOL - TAÇA CTT - SPORTING X FC PORTO	18,6	36,6
2/jun	FUTEBOL - JOGO AMIGÁVEL - BÉLGICA X PORTUGAL	18,5	44,6
11/out	FUTEBOL - LIGA DAS NAÇÕES - POLÓNIA X PORTUGAL	18,3	38,5
17/nov	FUTEBOL - LIGA DAS NAÇÕES - ITÁLIA X PORTUGAL	18,2	38,6
20/mai	TAÇA DE PORTUGAL: A PROVA RAINHA - DESP. AVES X SPORTING	18,1	50,9

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.

Fonte: CAEM.

Fig. A3 - Top 10 dos programas mais vistos na RTP2, 2018

Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
1/jan	FESTIVAL INTERNACIONAL DO CIRCO DE MONTE CARLO	2,9	6,1
20/set	O PREÇO DO AÇÚCAR	1,7	4,0
15/ago	INESQUECÍVEIS VIAGENS DE COMBOIO	1,5	5,2
1/mar	OCUPADOS	1,4	3,3
14/dez	19-2	1,4	3,5
16/out	NORSKOV, CIDADE SOMBRIA	1,4	3,3
9/fev	FILME - OS CONDENADOS DE SHAWSHANK	1,4	5,2
21/jan	JOIAS, PARA QUE VOS QUERO? - JEWELS ARE NOT DEAD	1,4	2,7
22/dez	ARTES PERFORMATIVAS - O CIRCO DO FUTURO	1,3	3,4
22/fev	LINHA DE SEPARAÇÃO	1,2	3,1

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.

Fonte: CAEM.

Fig. A4 - Top 10 dos programas mais vistos na SIC, 2018

Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
20/jun	MUNDIAL 2018: FASE DE GRUPOS - PORTUGAL X MARROCOS	23,0	72,7
12/abr	FUTEBOL - LIGA EUROPA - SPORTING X AT. MADRID	21,9	44,9
5/abr	FUTEBOL - LIGA EUROPA - AT. MADRID X SPORTING	17,2	37,8
8/nov	FUTEBOL - LIGA EUROPA - ARSENAL X SPORTING	15,9	32,9
25/nov	CASADOS À PRIMEIRA VISTA	15,2	26,6
21/jan	<i>SUPER NANNY</i>	14,7	29,1
17/set	ALMA E CORAÇÃO	14,3	29,7
20/set	FUTEBOL - LIGA EUROPA - SPORTING X QARABAG	14,2	31,8
8/mar	FUTEBOL - LIGA EUROPA - SPORTING X PLZEN	13,7	29,0
8/jan	PAIXÃO	13,6	26,8

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM.

Fig. A5 - Top 10 dos programas mais vistos na TVI, 2018

Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
29/ago	LIGA DOS CAMPEÕES: PLAY-OFF - PAOK X BENFICA	22,2	49,0
7/nov	LIGA DOS CAMPEÕES - BENFICA X AJAX	21,9	43,7
2/out	LIGA DOS CAMPEÕES - AEK ATENAS X BENFICA	21,0	43,8
12/dez	LIGA DOS CAMPEÕES - BENFICA X AEK	19,3	38,8
21/ago	LIGA DOS CAMPEÕES: PLAY-OFF - BENFICA X PAOK	18,7	45,4
18/set	LIGA DOS CAMPEÕES - SCHALKE 04 X FC PORTO	18,5	39,6
25/fev	SECRET STORY 7: CASA DOS SEGREDOS - GALA	18,4	39,1
24/out	LIGA DOS CAMPEÕES - LOKOMOTIV X FC PORTO	17,7	36,4
28/nov	LIGA DOS CAMPEÕES - FC PORTO X SCHALKE 04	17,5	34,8
21/out	PESADELO NA COZINHA	16,8	29,4

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.
Fonte: CAEM.

Fig. A6 - Circulação de publicações nacionais de informação geral (valores médios por edição), 2018

Tipo de publicação (Periocidade)	Publicações	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação (%)	Circulação digital	Taxa de variação (%)	Circulação Total	Taxa de variação (%)
Jornal (Diário)	Correio da Manhã	Cofina Media, S.A.	83 532	-7,8	1498	33,6	85 030	-7,3
	Jornal Destak (Gratuito)	Cofina Media, S.A.	61 655	-13,5	-	-	61 655	-13,5
	Jornal de Notícias	Global Notícias - Media Group, S.A.	43 905	-6,2	5235	-5,1	49 140	-6,1
	Público	Público – Comunicação Social, SA	18 193	-2,1	15 407	-0,2	33 600	-1,2
	Diário de Notícias	Global Notícias - Media Group, S.A.	9069	-14,5	3175	-10,0	12 244	-13,4
Jornal (Semanal)	Expresso	Impresa Publishing, SA	61 997	-9,1	27 691	10,8	89 688	-3,8
Revista (Semanal)	Visão	Trust In News, Unipessoal, Lda.	41 266	-28,0	2687	-59,1	43 953	-31,2
	Sábado	Cofina Media S.A.	39 551	-5,4	2076	14,1	41 627	-4,5
Revista (Mensal)	Seleções do Reader's Digest	Global Family Editions, S.A.	29 924	-3,3			29 924	-3,3
	Courrier Internacional	Trust In News, Unipessoal, Lda.	12 165	-19,8	1071	-31,0	13 236	-20,8

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2018".

Fig. A7 - Circulação de publicações de informação regional (valores médios por edição), 2018

Tipo de publicação (Periocidade)	Títulos	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação (%)	Circulação digital	Taxa de variação (%)	Circulação Total	Taxa de variação (%)
Jornal (Diário)	Diário de Notícias da Madeira	Empresa do Diário de Notícias da Madeira, Lda.	7885	-7,1	1285	-8,6	9170	-7,3
	Diário de Coimbra	Diário de Coimbra, Lda.	7254	-10,1	51	70,0	7305	-9,8
	Diário de Aveiro	Diário de Aveiro, Lda.	4350	3,7	36	28,6	4386	3,9
	Diário do Sul	Piçarra - Distribuição de Jornais, Lda.	3218	-0,1	119	-17,9	3337	-0,9
Jornal (Semanal)	Região de Leiria	Empresa Jornalística Região de Leiria, Lda.	5393	-1,1	14 812	-0,8	20 205	-0,8
	Jornal do Fundão	Jornal do Fundão Editora, S.A.	7827	-4,7	136	172,0	7963	-3,7
	Jornal da Bairrada	Editorial Jornal da Bairrada, Lda.	5563	-5,1	48	2,1	5611	-5,0

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2018".

Fig. A8 - Circulação das publicações de economia, negócios e gestão (valores médios por edição), 2018

Tipo de publicação (Periodicidade)	Títulos	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação (%)	Circulação digital	Taxa de variação (%)	Circulação total	Taxa de variação (%)
Jornal (Diário)	Jornal de Negócios	Cofina Media, S.A.	5307	-12,4	5318	0,7	10 625	-6,3
Jornal (Semanal)	Vida Económica	Vida Económica – Editorial, SA	5745	-0,6	-	-	5745	-0,6
	O Jornal Económico	Megafin – Sociedade Editora, S.A.	2809	-10,5	2594	132,0	5403	27,0
Revista (Mensal)	Marketeer	Multipublicações, Lda.	16 316	0,0	-	-	16 316	0,0
	Executive Digest	Multipublicações, Lda.	14 206	0,4	-	-	14 206	0,4
	Exame	Trust In News, Unipessoal, Lda.	9369	-21,6	1214	-78,3	10 583	-39,7

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2018".

Fig. A9 - Circulação das publicações de desporto e veículos (valores médios por edição), 2018

Tipo de publicação (Periodicidade)	Títulos	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação (%)	Circulação digital	Taxa de variação (%)	Circulação total	Taxa de variação (%)
Jornal (Diário)	Record	Cofina Media S.A.	31 677	-9,4	2149	9,2	33 826	-8,4
	O Jogo	Global Notícias - Media Group, S.A.	16 190	-3,6	2532	8,4	18 722	-2,2
Jornal (Semanal)	Jornal das Oficinas	AP Comunicação de João Vieira Publicações unipessoal, Lda.	10 000	0,0	-	-	10 000	0,0
Revista (semanal)	Autofoco	Sociedade Vira Desportiva, S.A.	6327	7,8	-	-	6327	7,8
Revista (mensal)	Carros & Motores	Editorial GrupoV Portugal, Lda.	21 071	9,9	-	-	21 071	9,9
	Automotive	Prosa Serena Unipessoal, Lda.	10 000	-50,0	-	-	10 000	-50,0
	Turbo	Terra de Letras - Comunicação Unipessoal, Lda.	8878	-10,7	-	-	8878	-10,7

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2018".

Fig. A10 - Circulação das revistas femininas/moda (valores médios por edição), 2018

Períodicidade	Títulos	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação (%)	Circulação digital	Taxa de variação (%)	Circulação total	Taxa de variação (%)
Semanal	Maria	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	101 116	-15,1	53	-52,3	101 169	-15,1
	Ana	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	15 799	-23,1	10	-65,5	15 809	-23,2
Mensal	Happy Woman	Baleska Press – Publicações e Marketing, Lda.	65 780	-15,8			65 780	-15,8
	Revista Cristina	Treze7, Lda.	39 843	-12,0	1252	31,1	41 095	-11,1
	Telenovelas	Trust In News, Unipessoal, Lda.	38 040	-16,9			38 040	-16,9
	Máxima	Cofina Media S.A.	27 982	-6,7	1044	11,4	29 026	-6,2
	Saber Viver	How - House of Words, Lda.	26 876	-22,7			26 876	-22,7
	Activa	Trust In News, Unipessoal, Lda.	23 071	-25,2	548	-39,4	23 619	-25,6
	Elle	RBA - Publicações, Lda.	21 578	-9,8	580	24,2	22 158	-9,2
	Lux Woman	Masemba, Lda.	17 019	-28,3	2	-71,4	17 021	-28,3

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2018".

Fig. A11 - Circulação das revistas masculinas (valores médios por edição), 2018

Períodicidade	Títulos	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação (%)	Circulação digital	Taxa de variação (%)	Circulação total	Taxa de variação (%)
Mensal	Men's Health	Global Notícias - Media Group, S.A.	9018	20,2	600	347,8	9618	25,9

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2018".

Fig. A12 - Circulação das revistas de sociedade (valores médios por edição), 2018

Períodicidade	Títulos	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação (%)	Circulação digital	Taxa de variação (%)	Circulação total	Taxa de variação (%)
Semanal	Nova Gente	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	61 053	-7,5	11	-66,7	61 064	-7,5
	Caras	Trust In News, Unipessoal, Lda.	28 920	-31,6	288	-38,2	29 208	-31,6
	Lux	Masemba, Lda.	23 400	-16,8	523	115,2	23 923	-15,6
	Vip	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	20 478	-7,6	8	-38,5	20 486	-7,6

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2018".

Fig. A13 - Circulação das revistas de televisão/jogos (valores médios por edição), 2018

Períodicidade	Títulos	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação (%)	Circulação digital	Taxa de variação (%)	Circulação total	Taxa de variação (%)
Semanal	TV 7 Dias	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	74 874	-11,1	13	-58,1	74 887	-11,1
	TV Guia	Cofina Media S.A.	46 976	-3,8	990	13,1	47 966	-3,5
	TV Mais	Trust In News, Unipessoal, Lda.	32 077	-8,5	72	-25,8	32 149	-8,5

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2018".

Fig. A14 - Circulação das revistas de ambiente/divulgação científica (valores médios por edição), 2018

Períodicidade	Títulos	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação (%)	Circulação digital	Taxa de variação (%)	Circulação total	Taxa de variação (%)
Mensal	National Geographic Portugal	RBA-Revistas Portugal, Lda.	19 432	-3,6	1032	35,1	20 464	-2,2

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2018".

Fig. A15 - Circulação das publicações de cultura/espetáculo (valores médios por edição), 2018

Tipo de publicação (Períodicidade)	Títulos	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação (%)	Circulação digital	Taxa de variação (%)	Circulação total	Taxa de variação (%)
Jornal (Quinzenal)	Jornal de Letras, Artes & Ideias	Trust In News, Unipessoal, Lda.	6199	-6,8	540	-6,3	6739	-6,7
Revista (Mensal)	Ticketline Magazine	Ticketline, Lda.	34 999	0,0	0	-	34 999	0,0
Revista (Trimestral)	Revista Ler	Fundação Círculo de Leitores	4341	4,1	-	-	4341	4,1

Fonte: APCT. Boletim Informativo Jan/Dez 2018.

Fig. A16 - Circulação das revistas juvenis (valores médios por edição), 2018

Períodicidade	Títulos	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação (%)	Circulação digital	Taxa de variação (%)	Circulação total	Taxa de variação (%)
Mensal	Visão Júnior	Trust In News, Unipessoal, Lda.	10 846	-12,2	762	-24,8	11 608	-13,1

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2018".

Fig. A17 - Circulação das revistas para crianças (valores médios por edição), 2018

Períodicidade	Títulos	Editor	Circulação total	Taxa de variação (%)
Mensal	Happy Kids	Ficções Média Comunicação Conteúdos e Organização de Eventos Lda.	150 000	0,0

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2018".

Fig. A18 - Circulação das revistas de culinária (valores médios por edição), 2018

Períodicidade	Títulos	Editor	Circulação total	Taxa de variação (%)
Mensal	Continente Magazine	Público - Comunicação Social, S.A.	96 373	-10,7

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2018".

Fig. A19 - Circulação das revistas de decoração (valores médios por edição), 2018

Tipo de publicação (Períodicidade)	Títulos	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação (%)	Circulação digital	Taxa de variação (%)	Circulação total	Taxa de variação (%)
Bimestral	Attitude	TVF II, Comunicação e Editores Unipessoal, Lda.	5014	-3,0	560	6,3	5574	-2,1
Mensal	Caras Decoração	Trust In News, Unipessoal, Lda.	12 181	-20,8	262	-55,5	12 443	-22,0

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2018".

Fig. A20 - Circulação das publicações de saúde/educação (valores médios por edição), 2018

Tipo de publicação (Períodicidade)	Títulos	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação (%)	Circulação digital	Taxa de variação (%)	Circulação total	Taxa de variação (%)
Jornal (Mensal)	O JornalDentistry	Medianext Professional Information, Lda.	5007	0,1	4194	-	9 01	83,9
Revista (Mensal)	PREVENIR	How - House of Words, Lda.	25 556	-12,5	-	-	25 556	-12,5
Revista (Bimestral)	ph + informação com a sua farmácia	How - House of Words, Lda.	78 500	0,0	-	-	78 500	0,0
	Visão Saúde	Trust In News, Unipessoal, Lda.	12 380	0,0	-	-	12 380	0,0
Revista (Trimestral)	Women's Health	Global Notícias - Media Group, S.A.	10 086	-	90	-	10 176	-

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2018".

Fig. A21 - Circulação das revistas de tecnologias da informação (valores médios por edição), 2018

Períodicidade	Títulos	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação (%)	Circulação digital	Taxa de variação (%)	Circulação total	Taxa de variação (%)
Mensal	Exame Informática	Trust In News, Unipessoal, Lda.	11 981	-20,6	10 711	-8,9	22 692	-15,5
	Gadget & PC	Editorial GrupoV Portugal, Lda.	5651	-6,2	-	-	5651	-6,2

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2018".

Fig. A22 - Circulação das revistas de viagens e turismo (valores médios por edição), 2018

Períodicidade	Títulos	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação (%)	Circulação digital	Taxa de variação (%)	Circulação total	Taxa de variação (%)
Mensal	Across - Luxury Travel & Safaris	Luxuspress - Publicações, Lda.	10 794	8,8	-	-	10 794	8,8
	Volta ao Mundo	Global Notícias - Media Group, S.A.	6771	-12,1	2 434	29,2	9205	-4,0

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2018".

INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO – A EVOLUÇÃO DO MERCADO NOS ÚLTIMOS DEZ ANOS

1. VISÃO GLOBAL

O investimento publicitário é uma das principais fontes de receita dos órgãos de comunicação social. Os anunciantes investem em publicidade para comunicar as suas marcas e desenvolvem a mensagem a publicitar através das agências criativas. Estes atores, em conjunto com as agências de meios, compram espaço e tempo publicitário nos *media*, ou os anunciantes contactam diretamente com os meios de comunicação social, sem a intermediação de agências de publicidade e/ou de meios.

A importância de conhecer o comportamento do mercado publicitário justifica o presente capítulo que, com recurso a diferentes fontes de informação, pretende 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 2008 e 2018.

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 aceitável 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 Markttest/MediaMonitor¹³⁵, baseadas nos preços 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 Omnicom¹³⁶, 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, quanto à distribuição do investimento por meio de comunicação e à evolução de cada meio enquanto suporte publicitário.

¹³⁵ Constituído em 1980, a Markttest, 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.markttest.com/wap/> A Omnicom Media Group faz parte do grupo Omnicom Group fundado em 1986 nos Estados Unidos da América.

¹³⁶ A Omnicom Media Group presta diversos serviços direcionados ao setor dos media, especificamente na área de marketing, publicidade e comunicação. <https://www.omnicommediagroup.com/>

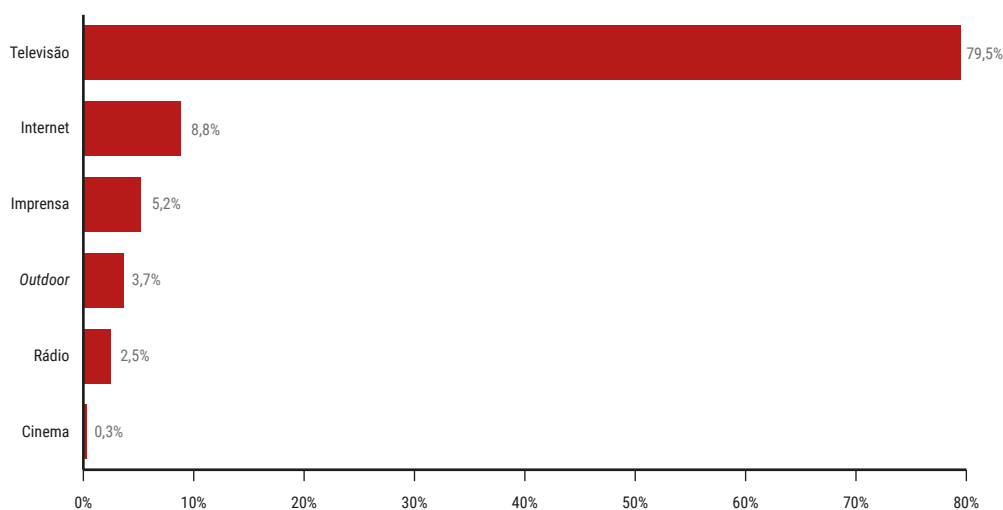
No plano metodológico, note-se que, além da forma de apuramento do investimento publicitário, a Marktest e a Omnicom divergem na publicação dos valores de investimento publicitário em Internet. A Omnicom apresenta dados de todo o período em análise, já a Marktest apenas mostra valores deste setor a partir de 2013.

Por outro lado, para uma comparação temporal correta, os valores de ambas as fontes foram deflacionados tendo como referência o Índice de Preços no Consumidor (IPC) de 2012, mas ajustados a 2018 (2018=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 *Media & Publicidade 2018*, da Marktest”, o investimento em publicidade das empresas em Portugal dobrou entre 2008 e 2018. Durante este período, o investimento foi afetado pela crise, com quebras nas receitas publicitárias de 4,8 % e 10,0 %, entre os anos 2010-2011 e 2011-2012, respetivamente. A partir de 2013, o investimento apresentou uma recuperação que se tem mantido até hoje, atingindo aproximadamente 10,4 mil milhões de euros, em 2018 (v. Anexo Figura A1).

Fig. 1 - Repartição do investimento publicitário por meio, 2018



Nota: Total do investimento = 10 442 milhões de euros.
Fonte: Marktest. “Anuário de *Media & Publicidade 2018*”.

A televisão continua a obter a maior parte das receitas dos anunciantes (79,5 %). No período em análise, este segmento apresentou o maior crescimento (+124,7 %).

Nos últimos anos o investimento publicitário no digital tem vindo a crescer. Salienta-se que a Marktest apresenta valores deste segmento desde 2013 e, em seis anos, aumentou em 118,7 %.

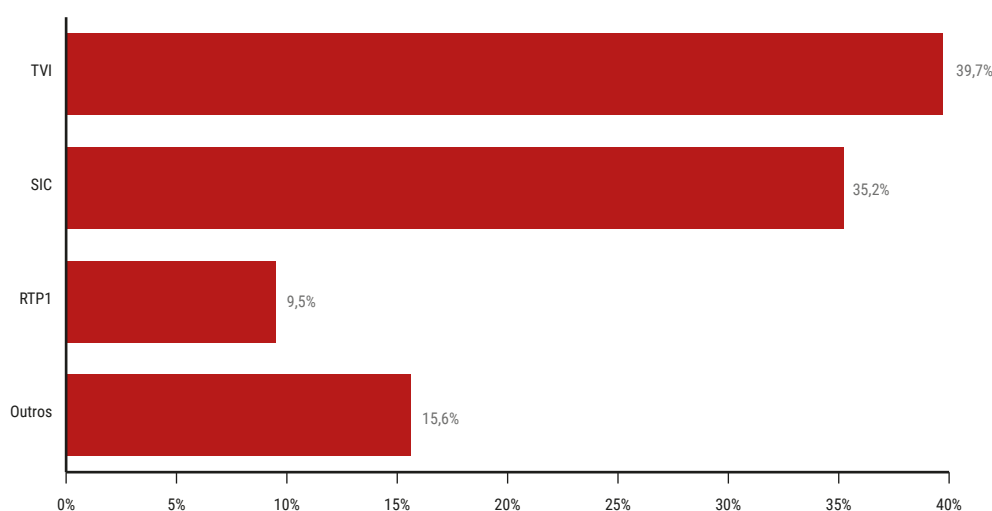
Por seu lado, a imprensa ocupa a terceira posição, com 5,2 % do investimento publicitário e continua a sua tendência de descida, sendo um dos setores mais afetados pelo consumo de informação em digital (em dez anos recou 41,8 %).

Já o investimento publicitário em *outdoor*, na rádio e no cinema apresenta quotas menores anualmente. No período analisado, estes setores experimentaram várias oscilações. Ainda assim, os valores de 2018, comparados com os de 2008, mostram um aumento de 31,7 % na rádio, 25,7 % no cinema e 16,1 % em *outdoor*.

DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM TELEVISÃO (ESTIMATIVA MARKTEST)

Em 2018, a TVI, o canal de maior audiência em Portugal¹³⁷, concentrou a maior quota do investimento publicitário em televisão (39,7 %), seguida pela SIC (35,2 %) e a RTP1 (9,5 %).

Fig. 2 - Repartição do investimento publicitário por canal televisivo, 2018



*Outros inclui: 24 Kitchen, AMC, AXN, AXN Black, AXN White, Biggs, Cartoon Network Portugal, CMTV, Discovery, Disney Junior, Fox, Fox Comedy, Fox Crime, Fox Life, Fox Movies Portugal, Globo, Hollywood, MTV Portugal, National Geographic, Panda, RTP Memória, RTP2, RTP3, SIC Caras, SIC Mulher, SIC Notícias, SIC Radical, Sport TV+, TV Record, TVI Ficção, TVI Reality e TVI24.

Nota: Total do investimento em televisão = 8 300 milhões de euros. Todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.

Fonte: Marktest. "Anuário de *Media* & Publicidade 2018".

Entre os serviços de programas transmitidos através dos serviços de televisão por subscrição, o canal de informação TVI24 e o canal generalista CMTV, tiveram as maiores percentagens do investimento com 2,4 % e 2,3 %, respetivamente. Os restantes canais apresentam valores inferiores a 2 % (v. anexo Figura A2).

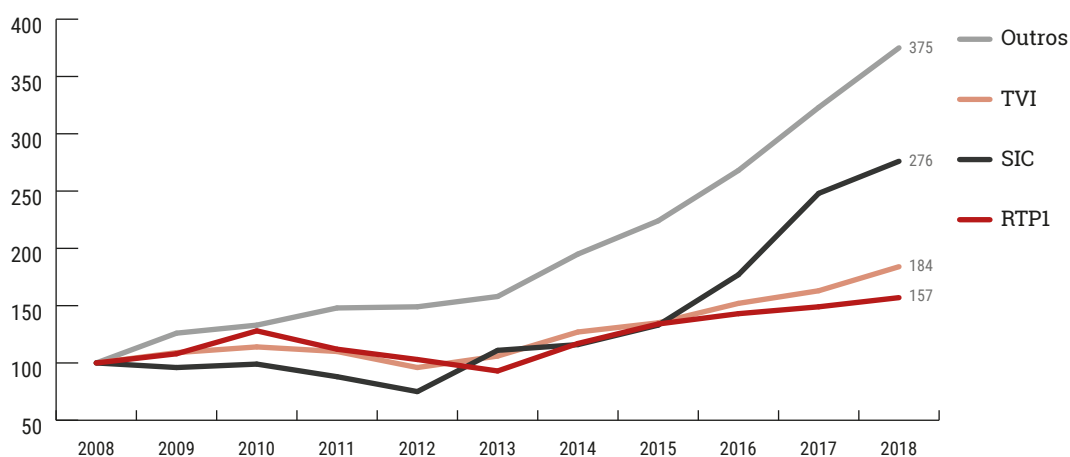
Analisando a evolução do investimento publicitário em televisão entre 2008 e 2018, a categoria "outros", que agrupa principalmente canais cabo¹³⁸, tem vindo a ganhar cada vez mais importância no mercado. Para este período, as receitas publicitárias aumentaram 275,1 % nestes serviços de programas, facto relacionado com o aumento da taxa de penetração da televisão por subscrição e pelo aumento das audiências destes canais.

¹³⁷ Em 2018, segundo a Marktest, a TVI atingiu uma audiência média (rating) igual a 3,9 % e uma quota de audiência (share) de 19,9 %.

¹³⁸ Os serviços de programas em sinal aberto RTP2, RTP3 e RTP Memória, incluídos nesta categoria, perfazem 0,3 % do investimento publicitário.

Já nos canais em sinal aberto, a SIC apresentou o maior crescimento (+176,5 % no período de 2008-2018, equivalente a uma taxa de variação média anual de +9,7 %). A TVI e a RTP1 também aumentaram, mas o ritmo de crescimento foi menor face ao registado na SIC, apresentando uma variação média anual de 5,7 % e 4,2 %, respetivamente.

Fig. 3 - Evolução do investimento publicitário por canal televisivo (milhões de euros), 2008-2018 (Índice de Base Fixa 2008 = 100)



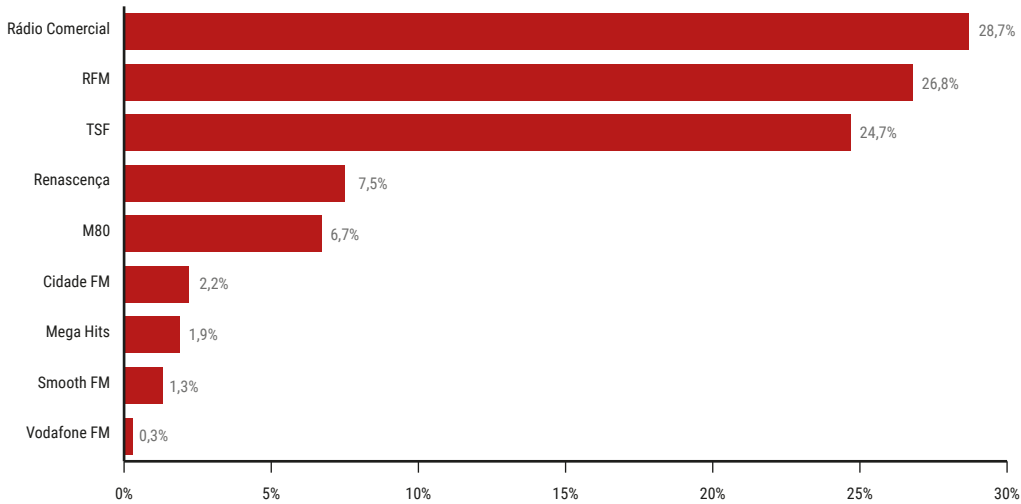
Fonte: Marktest. "Anuário de Média & Publicidade".

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 da Televisão, o tempo destinado à publicidade não pode exceder os seis ou 12 minutos por hora, dependendo do serviço de programas. 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 de acesso não condicionado livre -, e dos 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.

DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM RÁDIO (ESTIMATIVA MARKTEST)

O investimento publicitário em rádio dirige-se principalmente a três estações, que concentram 80,2 % dos valores no segmento em 2018. Estas estações são a Rádio Comercial (28,7 %), a RFM (26,8 %) e a TSF (24,7 %).

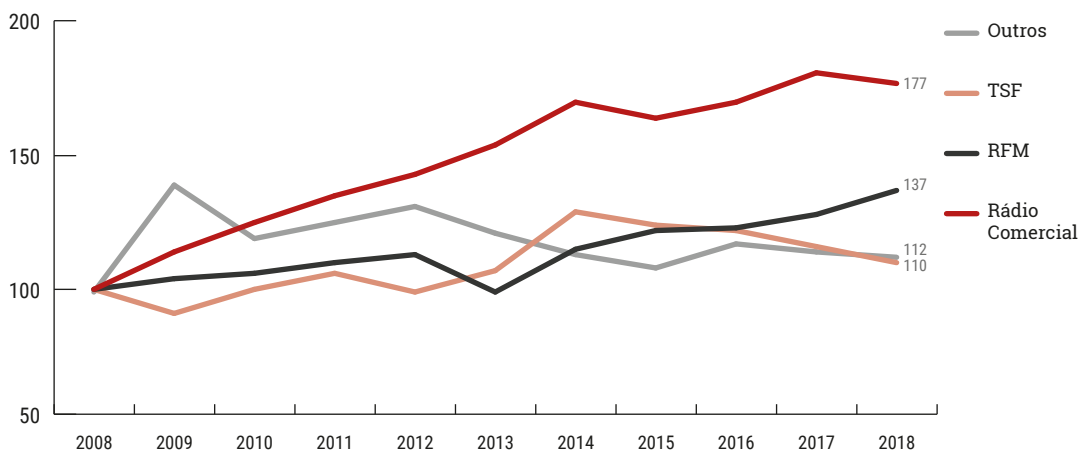
Fig. 4 - Repartição do investimento publicitário por estação radiofónica, 2018



Fonte: Marktest. "Anuário de Media & Publicidade 2018".

Na análise dos dez anos, destaca-se um aumento de 31,7 % das receitas publicitárias em rádio, sendo a Rádio Comercial a estação que mais cresceu (+76,9 % entre 2008 e 2018 e com uma taxa de variação média anual de +5,3 %). Já a variação média anual da RFM e da TSF evidencia um ritmo de aumento mais leve, com um crescimento anual médio de 2,9 % e de 0,9 %, respetivamente.

Fig. 5 - Repartição do investimento publicitário por estação radiofónica (milhões de euros), 2008-2018
(Índice de Base Fixa 2008 = 100)

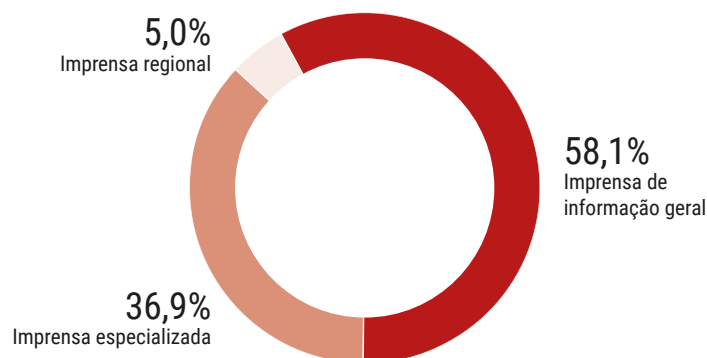


Fonte: Marktest. "Anuário de Media & Publicidade".

DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM IMPRENSA (ESTIMATIVA MARKTEST)

Em 2018, as publicações de informação geral continuaram a obter a maior quota de investimento publicitário (58,1 %). Cabe destacar, segundo dados da Marktest, que este tipo de publicações apresenta os maiores níveis de audiências anuais no segmento¹³⁹.

Fig. 6 - Repartição do investimento publicitário em imprensa por tipo de publicação, 2018



Nota: Total do investimento em imprensa = 539 milhões de euros.
Fonte: Marktest. "Anuário de Media & Publicidade 2018".

Considerando as publicações especializadas (v. anexo Figura A3), três quartos do investimento foram dirigidos às publicações de Desporto/Veículos (26,8 %), Femininas/Moda (17,8 %), Economia, Negócios e Gestão (17,8 %) e Sociedade (12,4 %).

Entre 2008 e 2018, as receitas dos meios de comunicação neste setor foram as mais afetadas, pois o investimento publicitário recou 41,8 %.

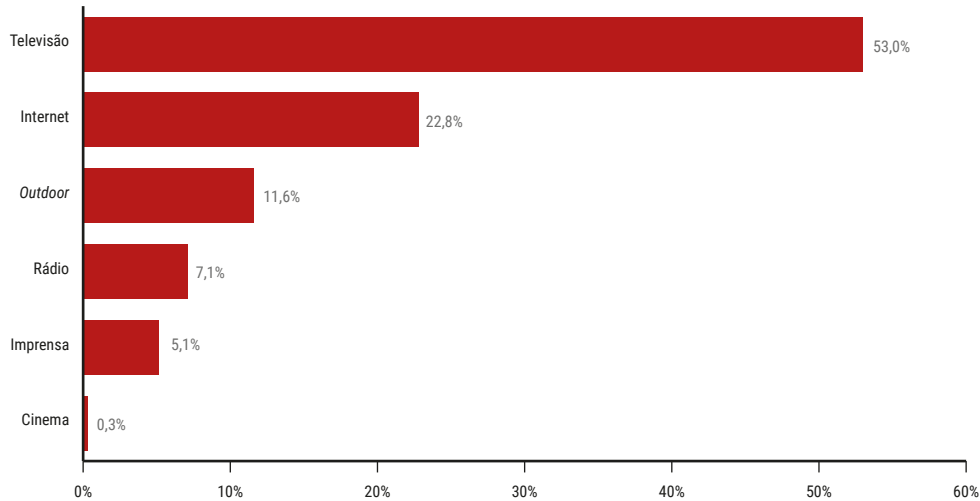
DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO POR MEIO (ESTIMATIVA DA OMNICOM MEDIA GROUP)

Segundo as estimativas da Omnicom Media Group, o investimento publicitário em 2018 foi de aproximadamente 587 milhões de euros, o que representa uma diminuição, face a 2008, de 33,6 %. Durante este período, o investimento sofreu várias quebras devido aos problemas estruturais da economia portuguesa entre 2008-2013, destacando-se os anos 2008-2009, com uma diminuição de 13,9 %, e 2011-2012, com uma quebra de 20,0 %. A partir de 2014, o investimento publicitário tem registado aumentos, mas os valores recentes não ultrapassam os valores registados em 2008 (v. anexo Figura 4).

¹³⁹ Em 2018, de acordo com a Marktest, as publicações de informação geral registaram uma audiência média de 25,5 %.

A televisão continua a captar a maior quota das receitas publicitárias, com uma percentagem igual a 53,0 %, em 2018. Não obstante, considerando o período 2008-2018, verifica-se que as empresas investiram mais em publicidade nos canais cabo (+54,7 %), tendo os canais generalistas em sinal aberto experimentado uma diminuição (-40,9 %).

Fig. 7 - Repartição do investimento publicitário por meio, 2018



Nota: Total do investimento = 587 milhões de euros.
Fonte: Omnicom Media Group.

O investimento publicitário nas plataformas digitais ocupa a segunda posição dos meios com maiores quotas. Nos últimos dez anos, a internet, comparada com outros segmentos, tem registado o maior crescimento (439,5 %). Por seu lado, a imprensa tem sofrido a maior quebra em dez anos (-86,6 %).

No período analisado, outros segmentos como o cinema, o *outdoor* e a rádio, tiveram quebras nas receitas publicitárias iguais a 63,8 %, 42,5 % e 17,7 %, respetivamente.

SEMELHANÇAS E DIFERENÇAS ENTRE AS ESTIMATIVAS DA MARKTEST E DA OMNICOM MEDIA GROUP

Como 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.

Em 2018, segundo a Marktest, o valor total estimado de investimento publicitário foi de 10 442 milhões de euros; já o grupo Omnicom estimou um valor na ordem dos 587 milhões de euros, ou seja, a estimativa da Marktest ultrapassou o valor da Omnicom mais de 16 vezes, sendo evidentes as grandes diferenças nos cálculos realizados.

Outra divergência verifica-se na evolução do investimento publicitário entre 2008 e 2018. Para a Marktest o investimento neste período aumentou 101,6 % e para a Omnicom decresceu 33,6 %.

Também se destacam diferenças na evolução do investimento publicitário nos diferentes meios, no período analisado. Os valores em televisão, segundo a Marktest, cresceram 124,7 %. No entanto, conforme a Omnicom, em dez anos o investimento neste segmento diminuiu 32,6 %.

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 2008 e 2018, a Marktest estimou um aumento do investimento publicitário nestes meios (*outdoor*: +16,1 %, rádio: +31,7 % e cinema: +25,7 %) e o grupo Omnicom, pelo contrário, estimou uma diminuição nestes segmentos (*outdoor*: -42,5 %, rádio: -17,7 % e cinema: -63,8 %).

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 televisão e a internet captam a maior parte do investimento publicitário para ambas as fontes de dados, sendo o primeiro segmento o que concentra mais de 50 % das receitas.

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. Salienta-se que ambas registaram decréscimos consideráveis entre 2008 e 2013.

ANEXOS

INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO – A EVOLUÇÃO DO MERCADO NOS ÚLTIMOS DEZ ANOS

Fig. A1 - Repartição do investimento publicitário por meio (milhões de euros), 2008 – 2018 - IPC (2018 = 100)

Meio / Ano	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Televisão	3692,8	3932,2	4186,8	3973,0	3540,7	4078,5	4758,7	5277,0	6231,6	7401,6	8299,5
Internet	-	-	-	-	-	420,6	491,5	558,0	712,8	753,7	919,7
Imprensa	926,0	829,2	796,0	716,4	637,7	611,5	621,4	636,7	582,5	547,6	538,5
Outdoor	336,5	348,1	324,3	332,4	311,5	308,0	329,9	341,0	363,0	364,7	390,8
Rádio	198,2	219,4	220,6	233,0	237,4	234,3	258,3	254,6	260,0	262,3	261,0
Cinema	26,0	25,6	25,9	31,1	27,9	22,2	21,9	28,1	29,5	27,3	32,7
Total	5179,4	5354,5	5553,6	5285,9	4755,3	5675,1	6481,8	7095,4	8179,5	9357,1	10 442,1

Nota: Valores deflacionados tendo como referência o Índice de Preços no Consumidor (IPC) de 2012, mas ajustados a 2018.

Fonte: Marktest. "Anuário de Media & Publicidade".

Fig. A2 - Repartição do investimento publicitário por canal televisivo (milhões de euros), 2018

Canal	Investimento	%
TVI	3 297,0	39,7
SIC	2 917,8	35,2
RTP1	791,0	9,5
TVI24	203,1	2,4
CMTV	189,6	2,3
Fox	145,8	1,8
TV Record	99,5	1,2
SIC Noticias	92,7	1,1
AXN	92,4	1,1
Fox Life	88,2	1,1
SIC Mulher	44,9	0,5
Hollywood	44,5	0,5
Globo	36,0	0,4
Sport TV+	31,1	0,4
Panda	25,7	0,3
Fox Comedy	25,7	0,3
RTP3	23,0	0,3
Disney Channel	21,0	0,3
Fox Movies Portugal	16,9	0,2
TVI Ficção	15,2	0,2
TVI Reality	11,4	0,1
Cartoon Network Portugal	11,1	0,1
Disney Junior	10,9	0,1
Discovery	10,1	0,1
AXN White	9,8	0,1
AXN Black	8,6	0,1
National Geographic	7,1	0,1
Fox Crime	6,0	0,1
SIC Radical	5,9	0,1
MTV Portugal	4,0	0,0
SIC Caras	2,9	0,03

24 Kitchen	2,8	0,03
RTP Memória	2,7	0,03
Biggs	1,8	0,02
AMC	1,8	0,02
RTP2	1,6	0,02
Total	8 299,5	100,0

Fonte: Marktest. "Anuário de Media & Publicidade 2018".

Fig. A3 - Repartição do investimento publicitário em imprensa por tipo de publicação (milhões de euros), 2018

Tipo de publicação	Investimento	%
Imprensa de informação geral	312,7	58,1
Imprensa regional	26,9	5,0
Imprensa especializada	198,9	36,9
Desporto/Veículos	53,3	26,8
Femininas/Moda	35,5	17,8
Economia, negócios e gestão	35,4	17,8
Sociedade	24,6	12,4
Sectorial	10,1	5,1
Televisão e jogos	6,8	3,4
Interesse Geral	5,8	2,9
Viagens e turismo	4,1	2,0
Decoração	4,0	2,0
Lazer	3,8	1,9
Saúde/Educação	3,6	1,8
Masculinas	3,3	1,6
Tecnologias de informação	3,3	1,6
Cultura/Espetáculo	2,3	1,2
Culinária	1,1	0,5
Para crianças	1,0	0,5
Ambiente/Divulgação científica	0,6	0,3
Juvenis	0,5	0,2
Total	538,5	100,0

Fonte: Marktest. "Anuário de Media & Publicidade 2018".

Fig. A4 - Repartição do investimento publicitário por meio (milhões de euros), 2008-2018 IPC (2018 = 100)

Meio / Ano	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Televisão	467,8	473,7	461,5	404,9	422,8	353,5	293,9	266,4	293,0	295,1	303,4	311,8	311,2
Internet	10,8	18,9	24,8	29,8	35,4	37,8	38,7	57,4	72,8	88,0	101,3	117,7	134,0
Outdoor	117,9	120,8	119,7	104,4	104,2	90,3	60,7	52,9	59,5	58,7	61,8	67,5	68,2
Radio	56,8	55,4	50,6	44,7	43,3	43,0	39,5	35,3	38,3	36,9	39,1	41,2	41,6
Imprensa	241,4	243,4	222,4	172,6	152,2	129,1	91,0	64,6	65,7	57,2	46,9	36,3	29,9
Cinema	5,0	5,1	4,9	4,6	3,7	3,1	1,9	1,6	1,5	1,9	2,2	1,9	1,8
Total	899,6	917,3	884,0	761,0	761,6	656,9	525,7	478,2	530,7	537,9	554,7	576,5	586,7

Nota: Valores deflacionados tendo como referência o Índice de Preços no Consumidor (IPC) de 2012, mas ajustados a 2018.

Fonte: Omnicom Media Group.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

1. VISÃO GLOBAL

As regras e os deveres de transparência a que fica 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, encontram-se previstas na Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

O referido diploma atribui à ERC 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.

As aquisições de espaço publicitário para divulgação de publicidade institucional do Estado são comunicadas à ERC através da plataforma “Publicidade Institucional do Estado”, na qual também é inserida pelas entidades a documentação de suporte, comprovativa das despesas de distribuição das campanhas.

Em 2018, os investimentos comunicados à ERC pelas entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado atingiram o montante global de 1 322 464,33 euros, num total de 136 campanhas comunicadas ao longo do ano, por 19 entidades abrangidas pelos deveres de comunicação, contidos no referido diploma.

Verificou-se ainda que, das 19 entidades que comunicaram despesas em campanhas de publicidade institucional do Estado, 11 investiram em meios de comunicação social regionais e locais, atingindo um total de 309 804,68 euros, o que corresponde a um valor percentual de 23,4 % do total anual investido na aquisição de espaços publicitários.

De salientar com nota positiva o aumento de 76 %, no que respeita aos investimentos distribuídos pelos meios de comunicação social regionais e locais, por comparação com o ano anterior, segundo dados da Plataforma Digital da ERC.

O investimento mais elevado foi realizado com a distribuição da campanha de sensibilização para a redução dos incêndios rurais, promovida pelo Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, que atingiu um montante próximo dos 550 mil euros, dos quais cerca de 152 mil euros foram investidos em meios de comunicação social regionais e locais.

2. ENQUADRAMENTO

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social 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 na lei, sobre as campanhas de Publicidade Institucional do Estado, bem como a aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional em cada campanha.

As entidades abrangidas por esta norma, designadamente os serviços da administração direta do Estado, os institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial do Estado, devem comunicar à ERC os custos da aquisição de espaço publicitário para a realização de campanhas de publicidade institucional do Estado, «até 15 dias após a sua contratação, através do envio de cópia da respetiva documentação de suporte», em conformidade com o artigo 7.º da referida lei.

No que respeita à distribuição da publicidade institucional do Estado, o normativo em referência prevê ainda, no n.º 1 do artigo 8.º, que «deve ser afeta aos órgãos de comunicação social regionais e locais uma percentagem não inferior a 25 % do custo global previsto de cada campanha de publicidade do Estado de valor unitário igual ou superior a 15 000€».

A Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, estabelece as regras e os deveres de transparência a que fica 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.

A ERC é competente para fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e transparência previstos sobre as campanhas de publicidade institucional do Estado e, ainda, o dever de verificação da aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional em cada campanha, de acordo com o n.º 4 do artigo 8.º.

Encontram-se abrangidos pelos deveres de comunicação e transparência os serviços da administração direta do Estado, os institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial, em conformidade com o disposto no artigo 2.º deste diploma.

Importa salientar que à ERC não é atribuída competência sancionatória, mas tão só o dever de comunicar ao Tribunal de Contas os casos de incumprimento da norma em causa, de acordo com o disposto no artigo n.º 3 do artigo 10.º da lei em apreço.

No cumprimento do disposto no n.º 1 artigo 11.º do mesmo normativo, a ERC elabora um relatório atualizado sobre a adjudicação e distribuição das campanhas de publicidade institucional do Estado, a ser disponibilizado mensalmente no sítio da internet desta entidade.

Igualmente nos termos definidos do referido artigo, no seu n.º 2, «compete ainda à ERC a elaboração de um relatório anual sobre o grau de cumprimento da presente lei, que remete à Assembleia da República até ao final do primeiro semestre de cada ano civil».

A fim de obter os dados necessários ao exercício das referidas competência e deveres, a ERC concebeu uma Plataforma Digital, através da qual as entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado comunicam a despesa realizada com a aquisição de espaços nos órgãos de comunicação social, por campanha, adicionando ainda a necessária documentação de suporte.

Dado o exposto, o presente Relatório anual vem dar cumprimento ao dever previsto no citado articulado.

Além da descrição e da análise dos investimentos comunicados em 2018 na Plataforma Digital, e da sua conformidade com a norma aplicável à Publicidade institucional do Estado, é também apresentada uma análise comparativa com os investimentos comunicados no ano anterior.

3. INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES

A despesa decorrente da aquisição de espaço publicitário, para divulgação de mensagens de publicidade institucional do Estado deve ser comunicada à ERC até 15 dias após a sua contratação, através do envio de cópia da respetiva documentação de suporte, nos termos do n.º 1 do artigo 7.º do normativo aplicável.

Os investimentos comunicados pelas entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado atingiram, em 2018, o montante global anual de 1 322 464,33 euros. Aos meios de comunicação social de âmbito regional e local foi destinada uma verba de 309 804,68 euros.

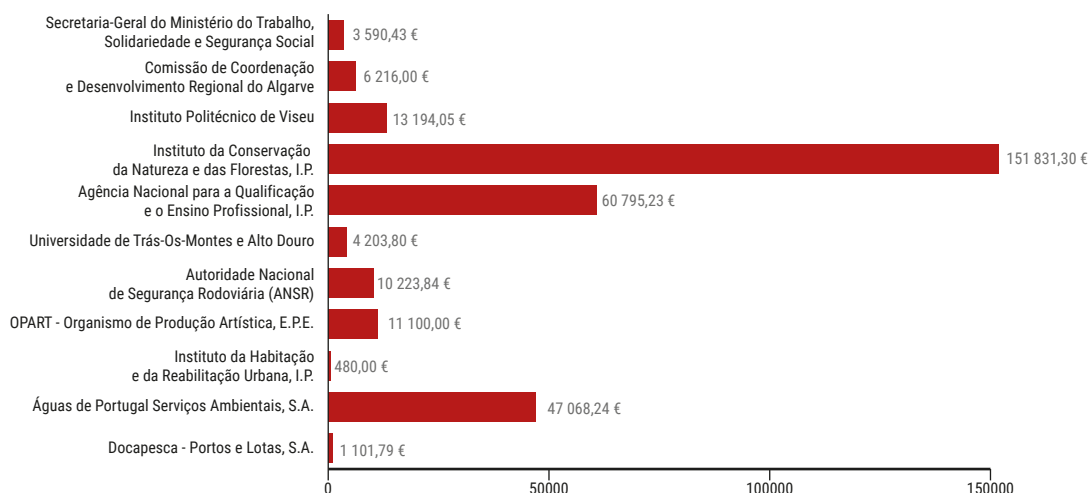
Na Figura 1 apresentam-se os investimentos totais comunicados por cada entidade ao longo de 2018, bem como o investimento que as mesmas efetuaram em órgãos de comunicação social de âmbito regional e local.

Verificou-se que 11 das 19 entidades que comunicaram despesas em campanhas de publicidade institucional do Estado investiram em meios de comunicação social regionais e locais.

O valor unitário mais elevado comunicado por entidade, no período em análise, correspondeu à campanha de sensibilização para a redução dos incêndios rurais, promovida pelo Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, que atingiu o montante de 549 948,91 euros, dos quais 151 831,30 euros foram investidos em meios de comunicação social regionais e locais, o que correspondeu a uma percentagem de 27,6 %.

Fig. 1 – Investimentos em campanhas de publicidade institucional do Estado comunicados pelas entidades – 2018

Entidade	N.º de campanhas	Investimento global	Investimento Meios locais /regionais
Agência para o Desenvolvimento e Coesão	1	2 240,00 €	
Secretaria-Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social	30	9 042,43 €	3 590,43 €
Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve	33	8 377,00 €	6 216,00 €
Instituto Politécnico de Viseu	29	15 071,24 €	13 194,05 €
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas	1	549 948,91 €	151 831,30 €
Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego	2	8 990,00 €	
Laboratório Nacional de Energia e Geologia	1	738,00 €	
Direção-Geral da Saúde	1	12 280,31 €	
Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional	2	240 630,15 €	60 795,23 €
Universidade de Trás-Os-Montes e Alto Douro	13	7 450,28 €	4 203,80 €
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária	1	118 982,09 €	10 223,84 €
Instituto Politécnico do Porto	2	1 440,00 €	
Marinha Portuguesa	4	6 071,67 €	
OPART - Organismo de Produção Artística	7	21 577,00 €	11 100,00 €
Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana	1	874,00 €	480,00 €
Águas de Portugal Serviços Ambientais	2	159 518,50 €	47 068,24 €
Docapesca - Portos e Lotas	4	153 794,30 €	1 101,79 €
Serviço de Estrangeiros e Fronteiras	1	4 854,20 €	
Instituto da Mobilidade e dos Transportes	1	584,25 €	
Totais	136	1 322 464,33 €	309 804,68 €

Fig. 2 – Gráfico de investimentos em meios regionais e locais comunicados por entidade – 2018

As campanhas de publicidade institucional podem ser adjudicadas pela entidade promotora a agências de publicidade, desde que estas reúnam determinados requisitos, previstos no artigo 5.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

Em 2018, foram adjudicadas campanhas de publicidade institucional do Estado a cinco agências de publicidade (Figura 3).

Fig. 3- Agências de publicidade adjudicadas em campanhas de publicidade institucional do Estado – 2018

Agência de Publicidade	Entidade
MEDIA GATE – Agência de Meios e Comunicação	Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas
Nova Expressão – Planeamento de Media e Publicidade	Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional
Popular Jump Great Global – Comunicação e Marketing	Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária
MEDIA GATE – Agência de Meios e Comunicação	Águas de Portugal Serviços Ambientais

4. INVESTIMENTOS COMUNICADOS POR MÊS

A ERC é responsável pela elaboração de um relatório atualizado sobre a adjudicação das ações informativas e publicitárias, bem como sobre a sua distribuição, no cumprimento das competências que lhe são atribuídas no n.º 1 do artigo 11º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto. O referido artigo determina ainda que os relatórios elaborados sejam disponibilizados mensalmente no sítio da internet da ERC.

Nas Figuras 4 e 5 são apresentados os investimentos mensais comunicados em 2018 e, em paralelo, os valores comunicados nos meses homólogos de 2017.

Destaca-se o montante declarado no mês de outubro de 2018, que ultrapassou meio milhão de euros. Comparando com o ano anterior, verifica-se que o valor mais elevado situou-se no mês de setembro.

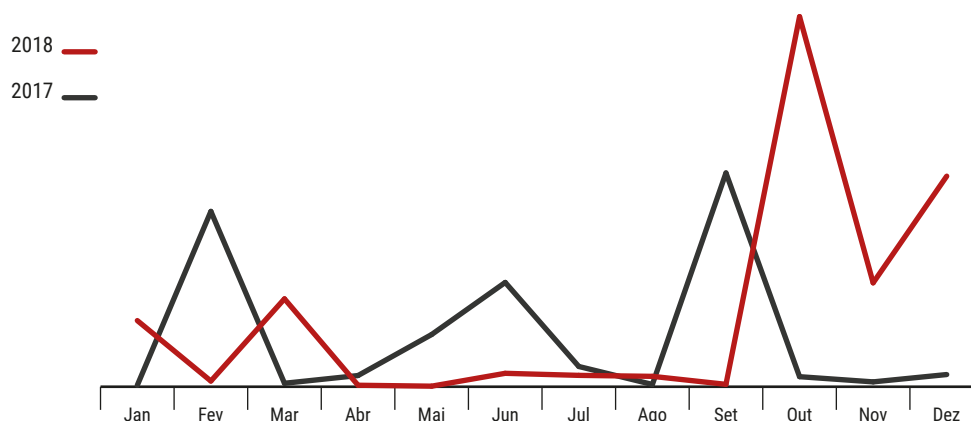
Salienta-se que o investimento global anual comunicado em 2018 foi significativamente superior ao comunicado em 2017. O aumento das despesas com a aquisição de espaço publicitário para divulgação de campanhas de publicidade institucional do Estado foi de 407 657,56 euros, correspondendo a uma percentagem de crescimento de cerca de 45 %.

No que respeita às verbas distribuídas pelos meios de comunicação social regionais e locais, é de salientar, igualmente com nota positiva, o aumento registado em 2018, ano em que foi comunicado um valor total de 309 804,68 euros. De acordo com os dados da Plataforma Digital da ERC, o montante comunicado em 2017 foi de 175 939,19 euros, o que consubstancia um acréscimo de 133 865,49 euros, correspondente a um valor percentual de 76 %.

Fig. 4 – Distribuição dos investimentos globais por mês – Evolução 2017/2018

Mês	Ano 2018	Ano 2017
Janeiro	98 978,54 €	2 217,00 €
Fevereiro	8 518,00 €	262 336,29 €
Março	131 522,40 €	5 190,03 €
Abril	2 240,00 €	16 762,01 €
Mai	860,00 €	78 119,13 €
Junho	20 092,40 €	156 034,15 €
Julho	17 010,90 €	30 308,00 €
Agosto	15 556,80 €	3 431,70 €
Setembro	3 581,25 €	319 834,29 €
Outubro	553 666,51 €	15 044,99 €
Novembro	155 413,56 €	7 276,53 €
Dezembro	315 023,97 €	18 252,65 €
TOTAL /ANO	1 322 464,33 €	914 806,77 €

Fig. 5 – Gráfico dos investimentos globais por mês – Evolução 2017/2018



5. CAMPANHAS DE VALOR IGUAL OU SUPERIOR A 15 MIL EUROS

Nos termos do n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, «deve ser afeta aos órgãos de comunicação social regionais e locais uma percentagem não inferior a 25 % do custo global previsto de cada campanha de publicidade institucional do Estado de valor unitário igual ou superior a 15 000 €».

Importa ainda referir que, de acordo com o n.º 2 do artigo 10.º, «não é permitido o pagamento de campanhas de publicidade institucional sem que a respetiva despesa esteja antecipadamente registada na ERC e sem que esteja cumprido o disposto no artigo 8.º».

Em 2018, foram comunicadas na Plataforma Digital seis campanhas que atingiram valores superiores a 15 mil euros (Figura 6).

Fig. 6 - Campanhas abrangidas pelo artigo 8.º, da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto - 2018

ENTIDADE	Campanha	Investimento
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas	Redução dos incêndios rurais	549 948,91 €
Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional	Programa QUALIFICA	236 880,15 €
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária	Campanha Natal e Ano Novo 2017/2018	118 982,09 €
Águas de Portugal	Sensibilização para os efeitos da seca	95 298,93 €
	Sensibilização para o valor da água	64 219,57 €
Docapesca - Portos e Lotas	Promoção do Consumo do Carapau	153 794,30 €

Verificou-se que quatro entidades não procederam, em tempo oportuno, à comunicação das despesas realizadas com a aquisição de espaços publicitários, isto é, nos termos do n.º 1 do artigo 7.º, no que determina o dever de comunicar à ERC a aquisição de espaços publicitários «até 15 dias após a sua contratação».

Na sequência do exposto, as entidades em causa foram notificadas no sentido de procederem à inserção da informação na Plataforma Digital da ERC, bem como da respetiva documentação de suporte. Os casos foram comunicados ao Tribunal de Contas, como determina o n.º 3 do artigo 10.º da referida norma.

Fig. 7 – Deveres de comunicação e transparência – Casos de irregularidades 2018

ENTIDADE	CAMPANHA
Direção-Geral de Alimentação e Veterinária	Sensibilização contra o Abandono de Animais de Companhia
	Inverno 2018/2019 - Plano de Contingência Saúde Sazonal
Direção-Geral da Saúde	Vacinação contra a Gripe
	Vacinação sobre Sarampo
Instituto da Mobilidade e dos Transportes	Portal IMT <i>Online</i> - Revalidar a carta de condução à distância de um clique
EPAL – Empresa Portuguesa das Águas Livres	EPAL, 150 anos

6. DISTRIBUIÇÃO DAS CAMPANHAS PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Os investimentos comunicados à ERC pelas diversas entidades, relativos às despesas com a aquisição de espaços publicitários envolveram um total de 192 órgãos de comunicação social, dos quais 146 são de âmbito regional ou local.

O número mais elevado registou-se no meio imprensa, no qual foram escolhidos 86 títulos, dos quais 64 se referem a órgãos de comunicação social de âmbito regional e local. Seguiu-se o meio rádio, com um total de 58 serviços, 54 deles regionais e locais, e, por fim, o meio digital que ainda surge em menor número, num total de 38, sendo 28 de âmbito regional/local (Figura 8).

Fig. 8 – Órgãos de comunicação social – Distribuição de publicidade institucional do Estado - 2018

Meio	Âmbito geográfico	
	Nacional (n.º)	Regional/Local (n.º)
TV	10	
RÁDIO	4	54
IMPrensa	22	64
DIGITAL	10	28
Totais	46	146

Tendo como fonte a informação inserida pelas entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado e inseridas na plataforma digital, apresenta-se a listagem dos órgãos que receberam investimentos de publicidade institucional do estado, identificados por título, tipo de meio e âmbito geográfico (Figuras 9 a 15).

ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DE ÂMBITO NACIONAL

Fig. 9 – Órgãos de comunicação social de âmbito nacional / internacional – Televisão - 2018

Órgão de comunicação social	Meio	Âmbito geográfico
SIC		
TVI		
RTP 1		
RTP 2		
RTP Memória	Televisão	Nacional / Internacional
RTP 3		
CANAL NOS		
Correio da Manhã TV		
RTP África (Internacional)		
RTP Internacional (Internacional)		

Fig. 10 – Órgãos de comunicação social de âmbito nacional – Rádio - 2018

Órgão de comunicação social	Meio	Âmbito geográfico
Antena1		
RR		
RFM	Rádio	Nacional
Rádio Comercial		

Fig. 11 – Órgãos de comunicação social de âmbito nacional - Imprensa - 2018

Órgão de comunicação social	Tipo	Âmbito geográfico
Record - Imprensa		
A Bola		
Expresso - Imprensa		
Diário de Notícias - Imprensa		
Jornal de Notícias		
Revista de Marinha		
Maria		
Correio da Manhã - Imprensa		
Indústria - Revista de Empresários e Negócios		
Visão - Imprensa		
Público - Imprensa	Imprensa	Nacional
TV Mais		
Cargo		
Ana		
Negócios - Imprensa		
Ensino Magazine		
Telenovelas		
Destak - Imprensa		
Transportes Em Revista		
Sábado - Imprensa		
Sol - Imprensa		

Fig. 12 – Órgãos de comunicação social de âmbito nacional – Digital - 2018

Órgão de comunicação social	Meio	Âmbito geográfico
Diário de Notícias - Digital		
Correio da Manhã - Digital		
Público - Digital		
Ambitur - Digital		
Sapo	Digital	Nacional
Caminha 2000		
DiáriOnline		
Dinheiro Vivo		
Observador		
Jornal de Notícias		

ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL REGIONAIS/LOCAIS

Fig. 13 – Órgãos de comunicação social de âmbito regional e local – Rádio -2018

Órgão de comunicação social	Meio	Âmbito geográfico
Rádio Barca		
Rádio Local de Barcelos		
Total FM		
Rádio Clube de Lamego		
RCC - Rádio Clube da Covilhã		
Rádio Festival		
Radio Portalegre		
Rádio Geice		
Rádio Antena Minho		
Radio Fóia	Rádio	Regional /Local
Rádio Regional do Centro		
Rádio Baía		
Rádio Alvor		
Rádio Pernes		
Rádio Jornal Caminhense		
Terra Nova		
Rádio Marcoense		
Rádio Jornal de Setúbal		
Rádio F		

Rádio Alto Minho		
Rádio Telefonía do Alentejo		
Rádio Condestável		
Rádio Sines		
Rádio Lagoa		
Universidade FM		
Sesimbra FM		
Rádio Beira Litoral		
Rádio Altitude		
Vila de Rei - FM		
Rádio RCE - Golegã		
Rádio Voz do Marão		
Rádio Botaréu		
Record FM		
Rádio Pax		
Rádio 94FM		
Rádio Diana		
Rádio Antena Livre	Rádio	Regional /Local
Rádio Escuro		
Pampilhosa 97.8 FM		
TSF		
Rádio Brigantia		
Foz do Mondego Rádio		
Rádio Gilão		
Cidade FM Algarve		
Rádio Clube Aguiarense		
Estação Diária		
RDS		
Rádio Cultural de Cerveira		
RACAB - Rádio Castelo Branco		
RCI		
Rádio Portimão		
Rádio Litoral - Peniche		
TSF - Rádio Jornal Lisboa, Lda.		
Rádio Record FM Leiria		

Fig. 14 – Órgãos de comunicação social de âmbito regional e local – Imprensa -2018

Órgão de comunicação social	Meio	Âmbito geográfico
Correio do Minho - Imprensa		
Diário de Coimbra		
Reconquista - Imprensa		
Diário de Notícias - Imprensa		
Diário do Sul - Imprensa		
Jornal do Fundão		
Diário do Minho		
A Comarca da Sertã		
Região de Leiria		
Almeirinese, O - Imprensa		
Diário do Alentejo		
Badaladas		
Jornal da Beira		
Cerveira Nova		
Jornal da Madeira		
Jornal do Algarve - Imprensa		
Voz de Trás-os-Montes, A - Imprensa	Imprensa	Regional /Local
Caminhense, O		
Messageiro de Bragança		
Notícias da Covilhã		
Noticias do Douro - Imprensa		
Notícias de Viseu		
Folha do Domingo		
Barlavento - Imprensa		
A Aurora do Lima		
Mirante		
Jornal de Matosinhos - Imprensa		
Setubalense, O - Imprensa		
Diario de Viseu		
Verdade, A		
As Beiras		
Notícias da Barca		
Jornal de Leiria		

Notícias do Paiva		
Jornal Nordeste		
Tribuna Pacense		
O Mirante - Semanário Regional - Imprensa		
Gazeta do Interior - Imprensa		
Jornal das Caldas		
Terras da Beira - Imprensa		
Comércio de Baião, o		
Diário de Aveiro		
Via Rápida - Imprensa		
Diário de Leiria		
Alto Minho - Imprensa		
Voz de Chaves, A		
Jornal da Região		
Região de Águeda		
Notícias de Vila Real	Imprensa	Regional /Local
Interior, O		
Maia Hoje - Imprensa		
O Gaiense		
Jornal do Centro - Imprensa		
Correio Alentejo		
Viva!		
Alto Alentejo - Imprensa		
Time Out Lisboa - Imprensa		
Correio de Oeiras		
Diário da Região - Imprensa		
Centro Notícias Nelas		
Jornal Sudoeste		
Notícias de Cascais - Imprensa		
Notícias de Loures		

Fig. 15 – Órgãos de comunicação social de âmbito regional e local – Digital

Órgão de comunicação social	Meio	Âmbito geográfico
Linhas de Elvas - Digital		
Correio do Minho - Digital		
Diário do Sul - Digital		
Jornal do Algarve - Digital		
Voz de Trás-os-Montes, A - Digital		
Barlavento - Digital		
Postal do Algarve - Digital		
O Mirante - Semanário Regional - Digital		
Gazeta do Interior - Digital		
Terras da Beira - Digital		
Alto Minho - Digital		
Maia Hoje - Digital		
Rostos - Digital		
Jornal do Centro - Digital		
Alto Alentejo - Digital	Digital	Regional/Local
Minho, O		
Diário da Região - Digital		
Sul Informação		
Jornal de Mafra		
Algarve Informativo		
Diário de Trás-os-Montes		
Mensageiro de Bragança		
Jornal do Fundão		
As Beiras		
Região de Leiria		
Notícias de Vila Real		
Diário de Aveiro		
Correio do Alentejo		

7. INVESTIMENTOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

7.1. DISTRIBUIÇÃO POR MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

O tipo de meio que mais se destacou pelo volume de investimento recebido através de campanhas de publicidade institucional do Estado foi o meio televisão que recebeu cerca de 600 mil euros (Figura 16).

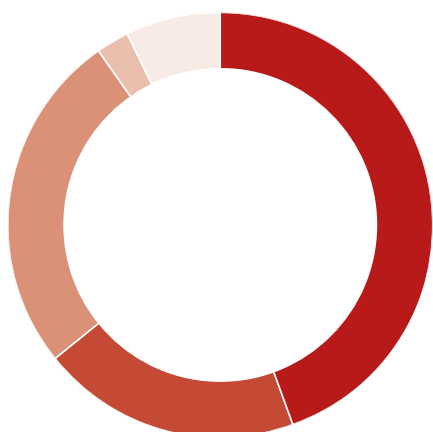
Os serviços de programas generalistas foram a opção mais selecionada neste tipo de campanhas. No entanto, também foi distribuída publicidade em três serviços temáticos e em serviços de âmbito Internacional, tais como a RTP Internacional e a RTP África (Figura 9).

Seguiram-se, por ordem de valor, a imprensa, com um valor total de aquisição de espaço de publicidade que esteve perto dos 350 mil euros, a rádio, com cerca de 262 mil euros e o meio digital, com pouco mais de 32 mil euros (Figuras 16 e 17).

Fig. 16 – Investimento - Distribuição por meios (€)

NACIONAL/INTERNACIONAL	REGIONAL/LOCAL
Imprensa	
184 323	164 955
Rádio	
132 368	129 888
Digital	
17 209	14 960
Televisão	
595 040	
Outros	
95 997	

Fig. 17 – Gráfico de distribuição do investimento por meios – Ano 2018 (€)

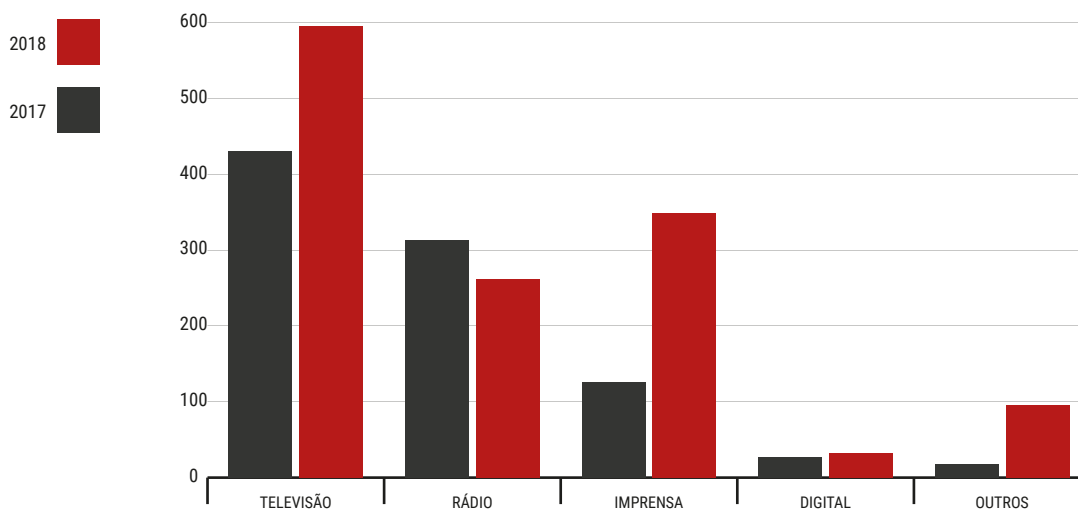


Meio	2018
TELEVISÃO	595 041
RÁDIO	262 258
IMPrensa	349 280
DIGITAL	32 169
OUTROS	95 998

7.2. DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS – EVOLUÇÃO 2017/2018

Considerando a totalidade dos investimentos comunicados na Plataforma Digital da ERC, em 2018, constata-se que o montante global foi significativamente mais elevado, relativamente ao ano 2017 (Figura 18).

Fig. 18 – Gráfico de investimento global por meios – Evolução 2017/2018 (€)



Comparando os montantes distribuídos em 2018 pelos diversos tipos de meios de comunicação social com os valores de 2017, verifica-se que o único meio no qual ocorreu uma descida do valor anual comunicado, foi a rádio. Nos restantes meios registaram-se subidas que se podem considerar significativas, com destaque especial para o crescimento registado no meio imprensa.

De salientar, igualmente, o aumento do investimento em suportes de divulgação que não são considerados órgãos de comunicação social, designadamente o Facebook, Youtube, rede de caixas multibanco e outdoors que, em 2017, foi de aproximadamente 17 mil euros e, em 2018, atingiu um montante superior a 95 mil euros (Figura 18).

REGISTO DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

1. VISÃO GLOBAL

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, e 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 de 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, conseqüentemente, 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 2018, 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:



3. ATOS REGISTRAS

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).

PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

O conceito de publicação periódica resulta da conjugação dos art.ºs 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.

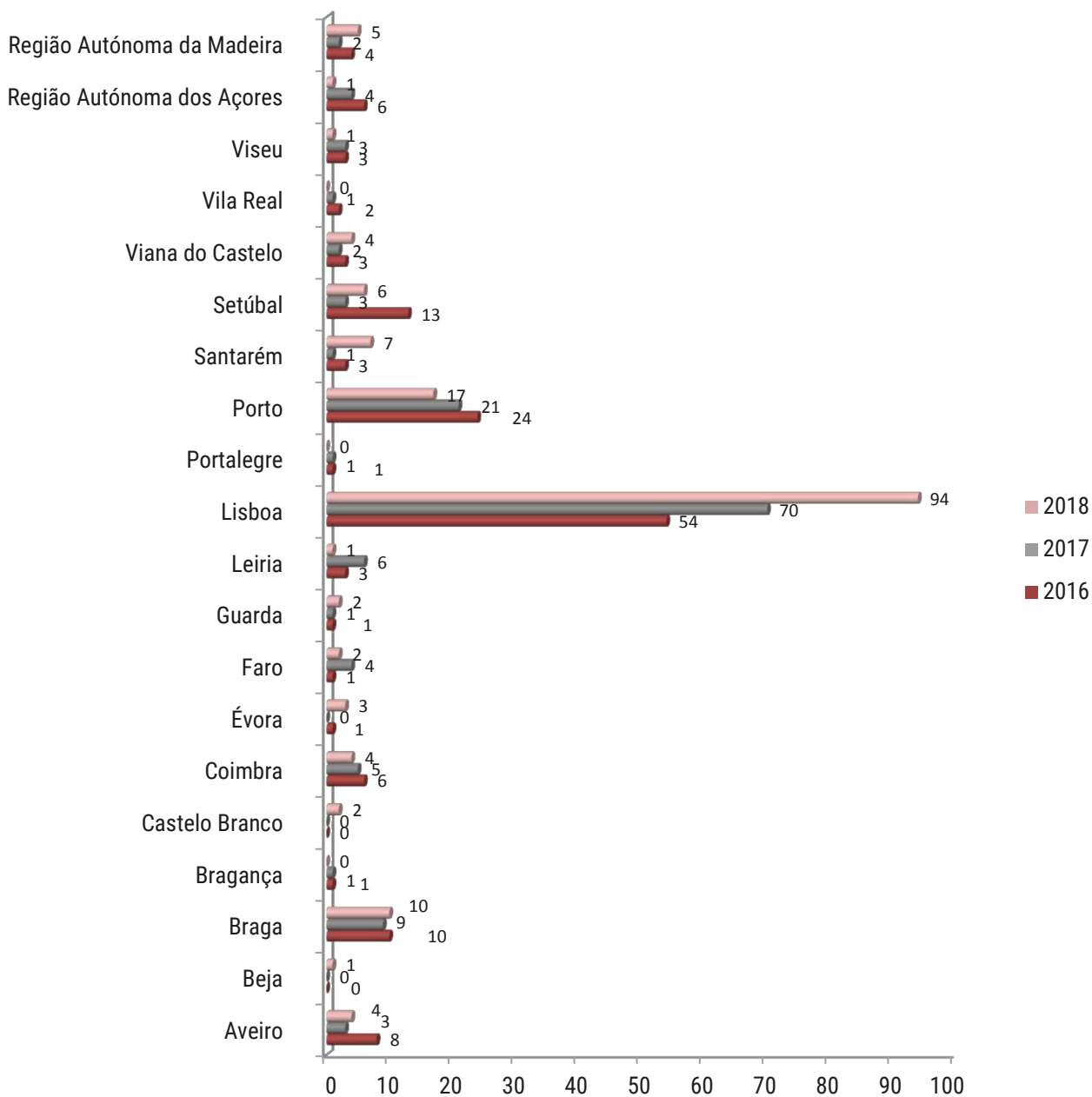
As publicações periódicas não podem iniciar a sua edição sem que previamente tenham sido registadas (*vide* art.º 13.º, do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

São elementos de registo:

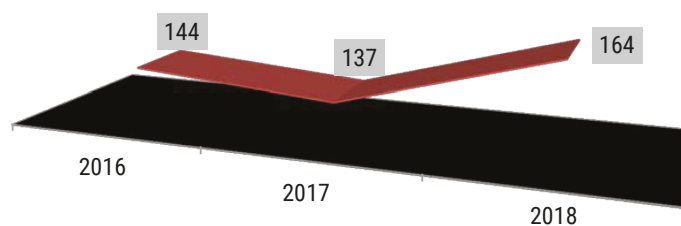
- Título, logótipo, periodicidade, sede de redação, nome do diretor, denominação da entidade proprietária e sua natureza jurídica, domicílio ou sede do requerente, nome, nacionalidade e sede do editor, assim como, se for o caso, indicação da sua representação permanente em Portugal (n.º 1, do art.º 17.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

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 2018, foram registadas provisoriamente 164 publicações, das quais 107 converteram-se em definitivas, 13 caducaram (por não se terem convertido em definitivas dentro do prazo estabelecido para o efeito), e transitaram para 2019, 44 registos provisórios (por ainda se encontrarem dentro do prazo para requererem a conversão).

Fig. 1 – Publicações periódicas inscritas por distrito, de 2016 a 2018

É de realçar que os distritos com mais inscrições durante 2018 foram Lisboa e Porto, à semelhança dos anos anteriores, respetivamente com 94 e 17 publicações registadas, tendo os restantes distritos ficado muito aquém destes números.

Fig. 2 – Publicações periódicas inscritas de 2016 a 2018

De salientar que em 2018 verifica-se uma subida (27) no número de inscrições de publicações periódicas, cenário que não se verificou nos últimos anos, sendo que 71 registos referem-se a publicações periódicas apenas em suporte *online*, seguidas de 50 em suporte papel e 43 em ambos os suportes.

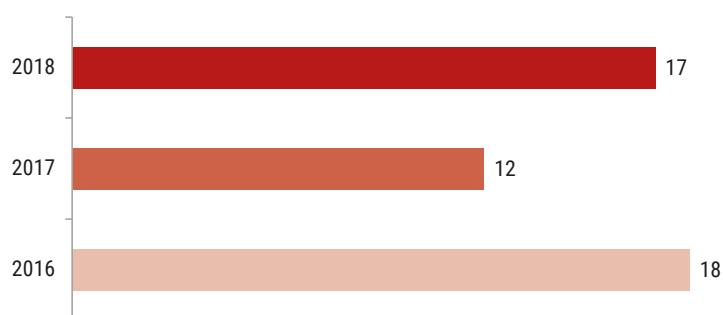
EMPRESAS JORNALÍSTICAS

São empresas jornalísticas as sociedades proprietárias de publicações periódicas e cuja atividade principal seja a edição de publicações periódicas (art.º 7.º, da Lei de Imprensa).

São elementos de registo:

- 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).

A ERC, no âmbito das suas competências, inscreveu 17 empresas, em 2018.

Fig. 3 – Empresas Jornalísticas inscritas de 2016 a 2018

Da leitura da Figura 3, infere-se que, em 2018, inscreveram-se 17 empresas jornalísticas, sendo que houve um aumento do número de inscrições em relação ao ano anterior.

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).

São elementos de registo:

- 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).

Não houve qualquer inscrição de empresa noticiosa no decorrer de 2018, situação idêntica verificada nos últimos anos.

OPERADORES DE RÁDIO E RESPECTIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

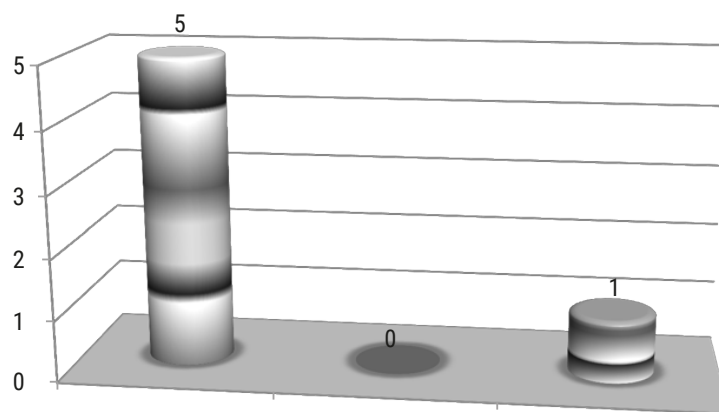
Entidades responsáveis pela organização e fornecimento, com caráter de continuidade, de serviços de programas radiofónicos legalmente habilitadas para o exercício da atividade de rádio (alínea e), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro).

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).

São elementos de registo:

- 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 officiosamente efetuados pela ERC (segunda parte do art.º 8.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

Em 2018, houve uma inscrição de um operador de rádio e zero serviços de programas de rádio.

Fig. 4– Operadores de Rádio inscritos de 2016 a 2018

Como se verifica na Figura 4, em 2018 houve apenas uma inscrição de operador de rádio. De salientar que os registos verificados entre 2016 e 2018, devem-se a processos de cessão de serviços de programas de âmbito local e das respetivas licenças, nos termos do art.º 9.º e 10.º da Lei da Rádio.

OPERADORES DE TELEVISÃO E RESPETIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

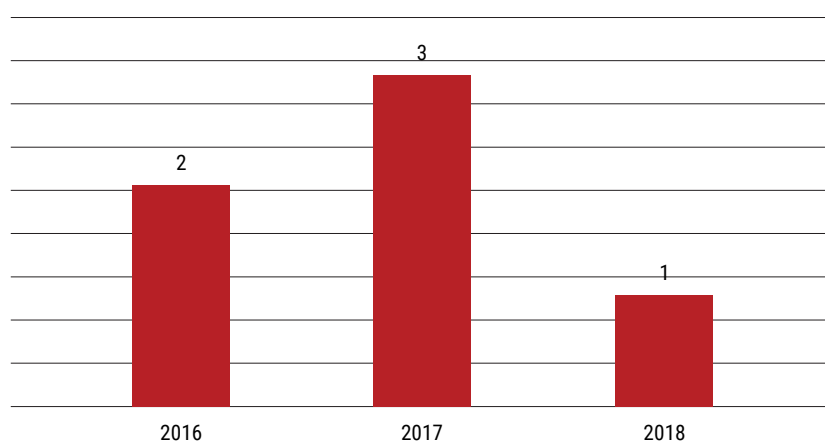
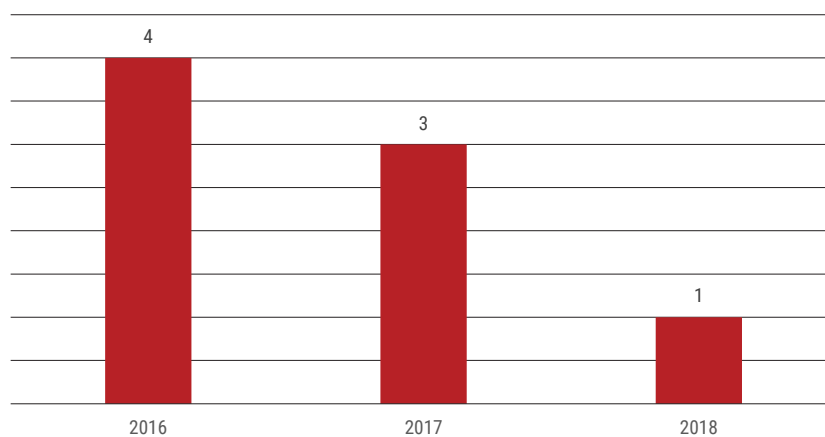
Pessoas coletivas legalmente habilitadas para o exercício da atividade de televisão, responsáveis pela organização de serviços de programas televisivos (alínea n), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

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 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

São elementos de registo:

- 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.

Durante 2018, foi inscrito um operador de televisão e um serviço de programas televisivo.

Fig. 5 – Operadores Televisivos inscritos de 2016 a 2018**Fig. 6 – Serviços de Programas Televisivos inscritos de 2016 a 2018**

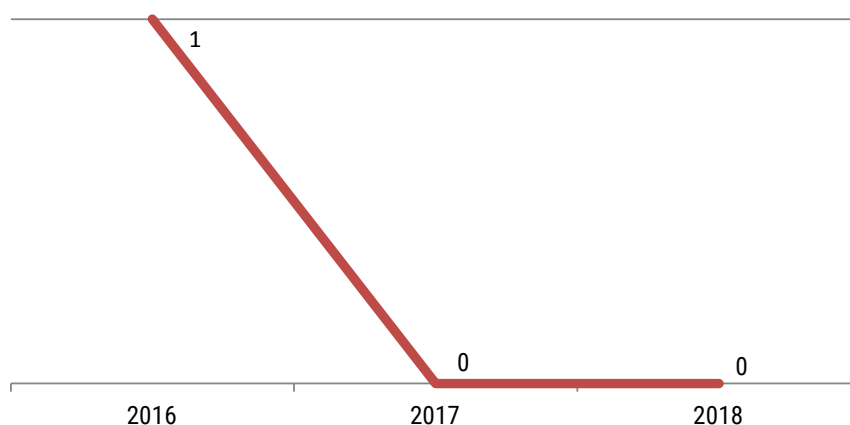
Na Figura 6, verifica-se um decréscimo de inscrição de serviços de programas televisivos.

OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO

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).

São elementos de registo:

- 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).

Fig. 7 – Operadores de Distribuição inscritos de 2016 a 2018

Desde 2017 que não se verifica qualquer inscrição de operadores de distribuição.

SERVIÇOS DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET

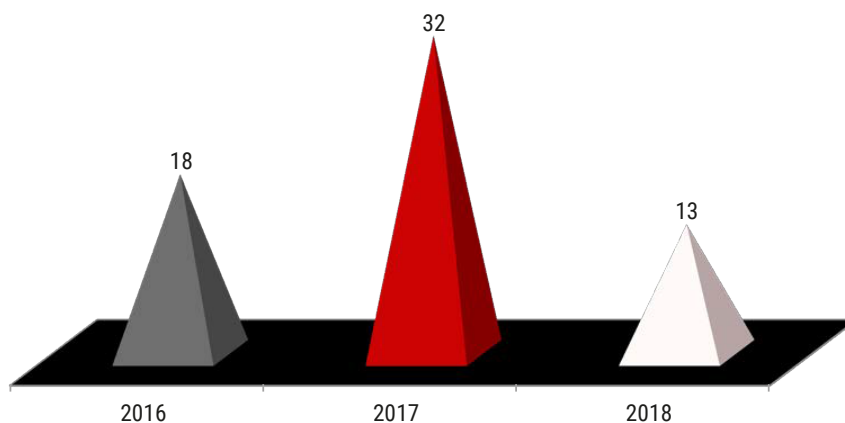
Difusão de serviços de programas televisivos exclusivamente através da internet e que não sejam objeto de retransmissão através de outras redes (n.º 8, do art.º 13.º, da Lei 27/2007, de 30 de julho);

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).

São elementos de registo:

- 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).

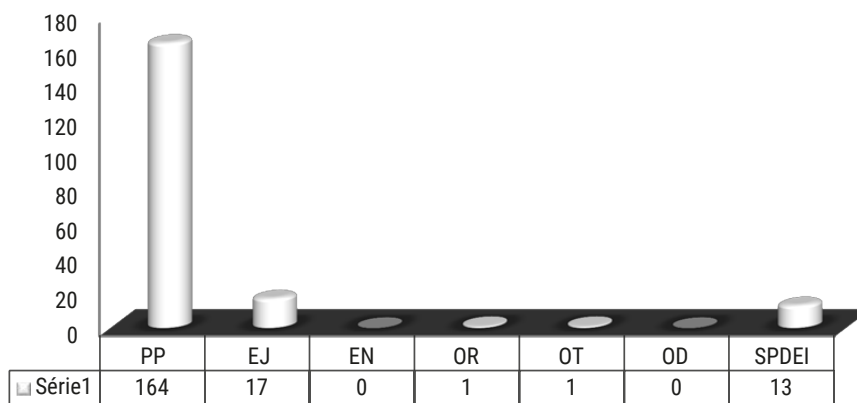
Em 2018, registaram-se 13 registos de serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet, todos de rádio.

Fig. 8 – Serviços de Programas difundidos exclusivamente através da internet, de 2016 a 2018

Na Figura 8 apura-se que houve uma descida do número de inscrições de serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet.

INSCRIÇÕES DE OCS

Face ao que ficou dito atrás, a ERC, no uso das suas competências, procedeu, ao longo de 2018, a 196 inscrições no universo dos órgãos sujeitos a registo, as quais se encontram repartidas de acordo com o representado na Figura 9.

Fig. 9 – Registo de inscrições dos órgãos de comunicação social em 2018

Da análise do gráfico, claramente se verifica que é nas publicações periódicas que se regista o maior número de inscrições, seguidas das empresas jornalísticas.

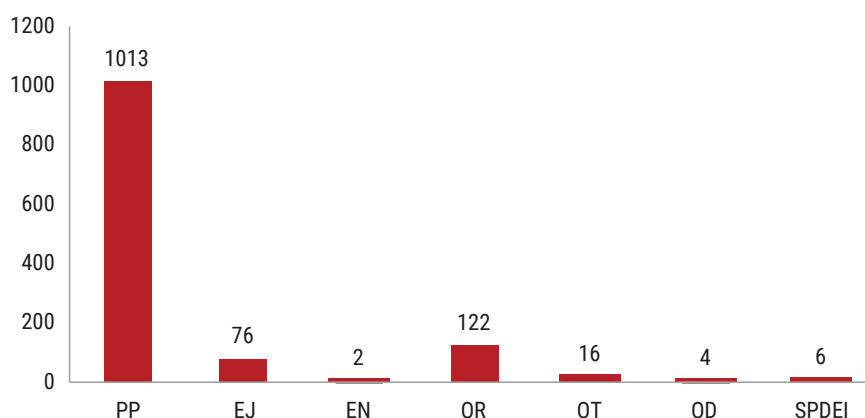
AVERBAMENTOS - OCS

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.

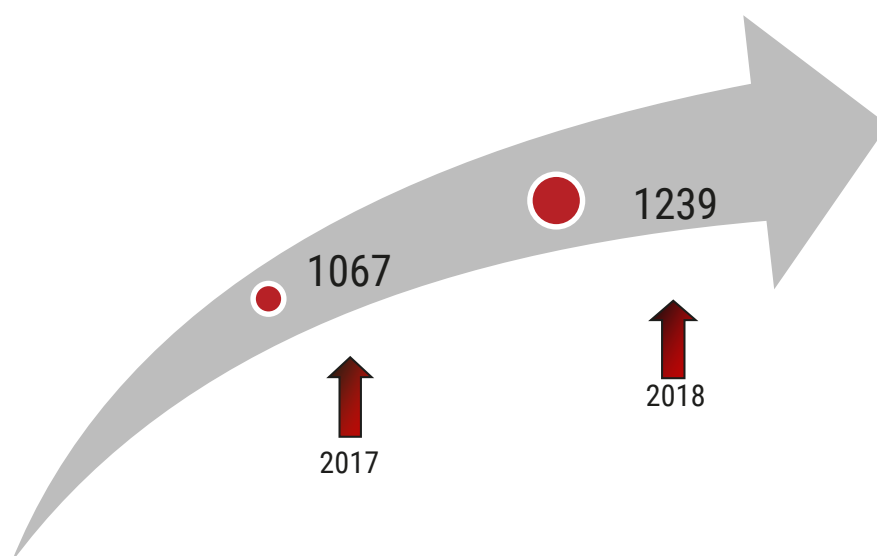
Durante 2018, a ERC, no uso das suas competências, efetuou 1239 averbamentos aos elementos constantes dos registos.

Fig. 10 – Averbamentos no registo dos órgãos de comunicação social em 2018



Na Figura 10 conclui-se que onde se verificou um maior número de averbamentos foi nas publicações periódicas, seguidas dos operadores de rádio.

Fig. 11 – Total de Averbamentos em 2017 e 2018



De salientar, que em 2018 houve uma subida de averbamentos de cerca de 16 % em relação ao ano anterior.

CANCELAMENTOS - OCS

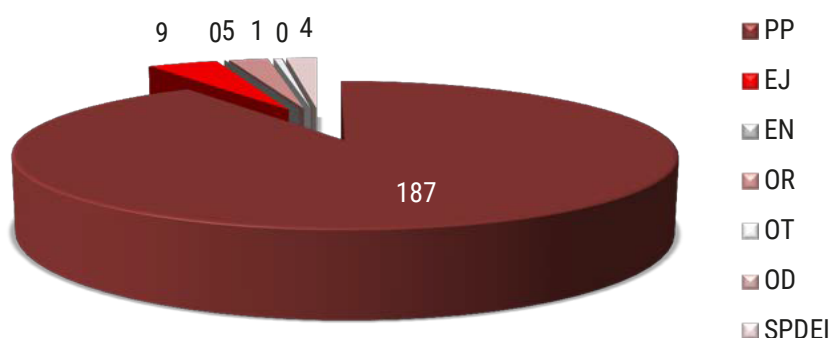
O registo pode ser cancelado oficiosamente ou por iniciativa do interessado, com base em documento que comprove a extinção dos direitos inscritos.

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:

- Nas publicações periódicas:
 - Cessação da publicação periódica;
 - Inobservância da periodicidade;
 - Exceder os períodos legais de suspensão da edição;
- Nas empresas jornalísticas:
 - Cessação da atividade da empresa;
 - Deixar de ser proprietária de publicações periódicas;
- Empresas noticiosas:
 - Cessação da atividade da empresa;
- Atividades sujeitas a licenciamento ou autorização:
 - Cessação da validade da licença ou autorização.

Fig. 12 – Cancelamentos dos órgãos de comunicação social em 2018



Na Figura 12, apura-se que foi nas publicações periódicas que se verificou o maior número de registos inativos: 187, dos quais 54 foram cancelamentos efetuados a pedido dos proprietários e 107 efetuados oficiosamente pela ERC, sendo os restantes 26 devido a caducidades de registo.

4. PANORAMA ATUAL

4.1 PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

POR DISTRITO

Encontram-se registadas 1770 publicações periódicas, distribuídas pelos seguintes Distritos e Regiões Autónomas:

Fig. 13 – Publicações periódicas com registo ativo em 2018 – Por distrito/região

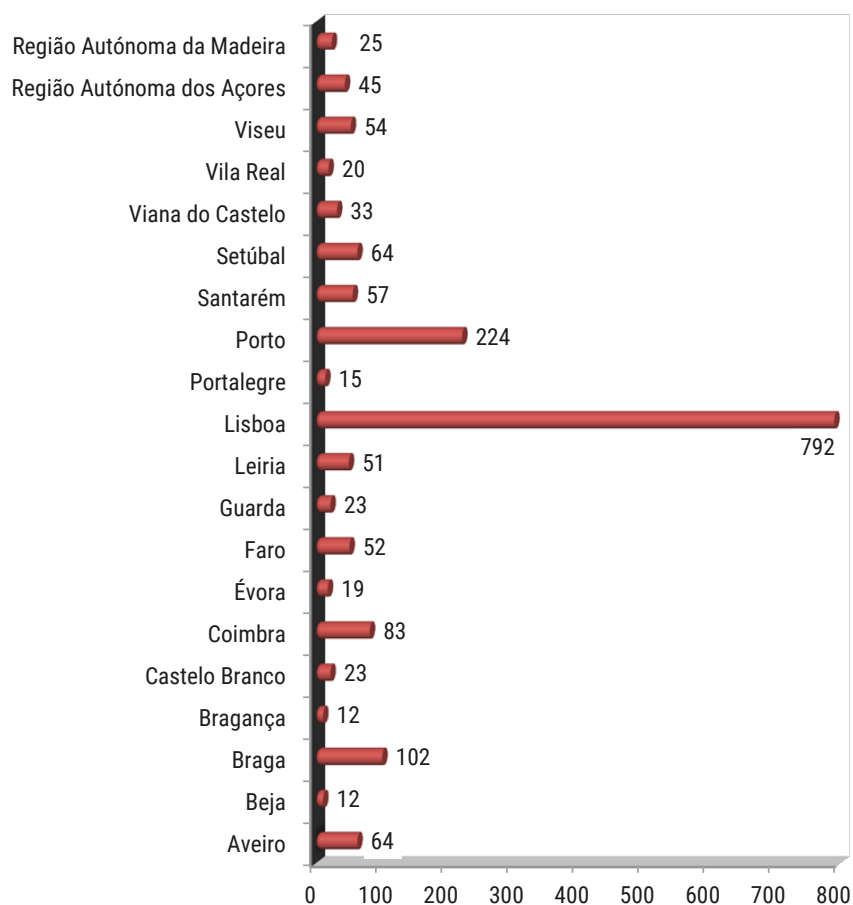
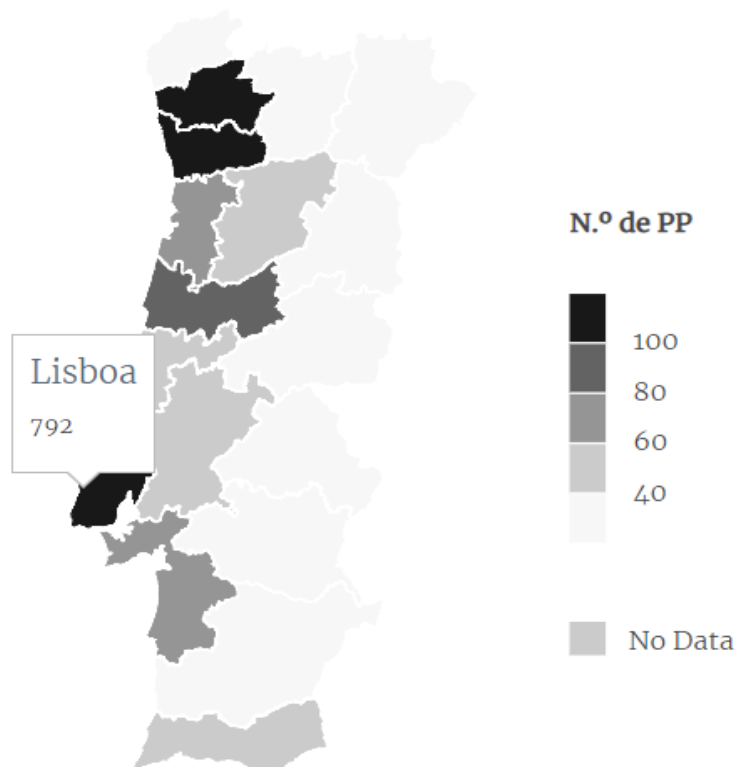
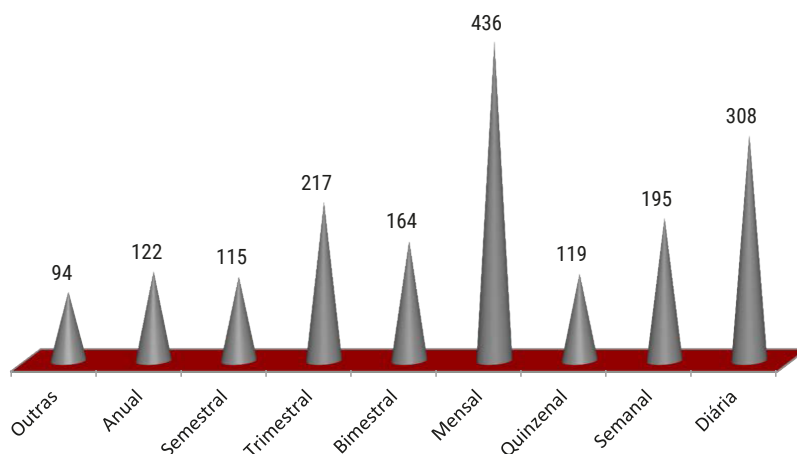


Fig. 14 – Publicações periódicas com registo ativo em 2018 – Mapa de Portugal

É de realçar que os distritos com maior número de publicações periódicas registadas são Lisboa e Porto, respetivamente com 792 e 224 publicações registadas, seguidas de Braga com 102. Já os distritos com menor número de publicações registadas são Beja e Bragança, ambos com 12.

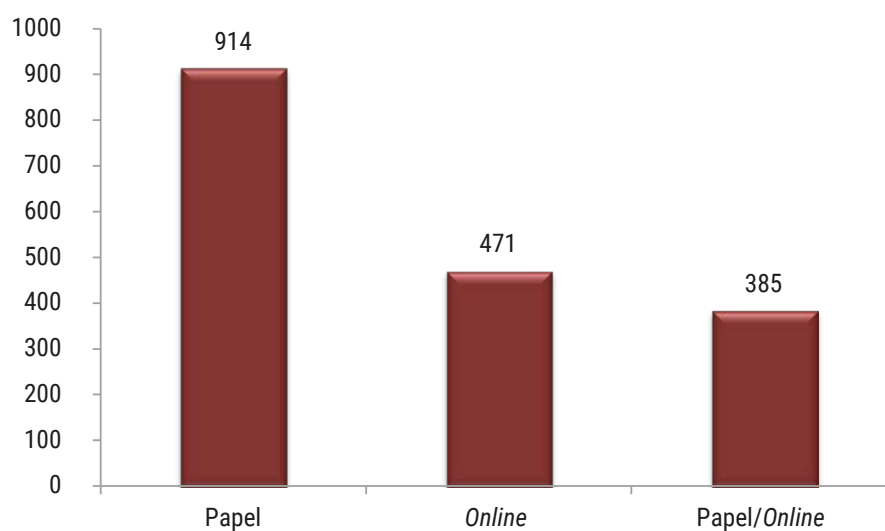
De salientar que do universo das publicações periódicas registadas, 124 são jornais de âmbito nacional e 500 de âmbito regional.

PERIODICIDADE

Fig. 15 – Publicações periódicas com registo ativo em 2018 – Por periodicidade

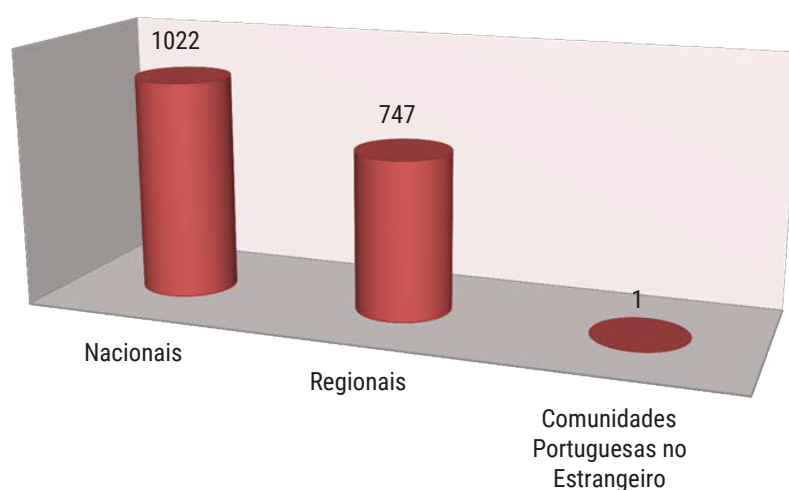
Como resulta da análise do gráfico a periodicidade que mais se destaca é a mensal, seguindo-se a diária e a trimestral.

SUPORTE

Fig. 16 – Publicações periódicas com registo ativo em 2018 – Por suporte

A Figura 16 é ilustrativa de como as publicações periódicas continuam a ter como suporte maioritário o papel, seguindo-se as publicações com suporte online.

ÂMBITO GEOGRÁFICO

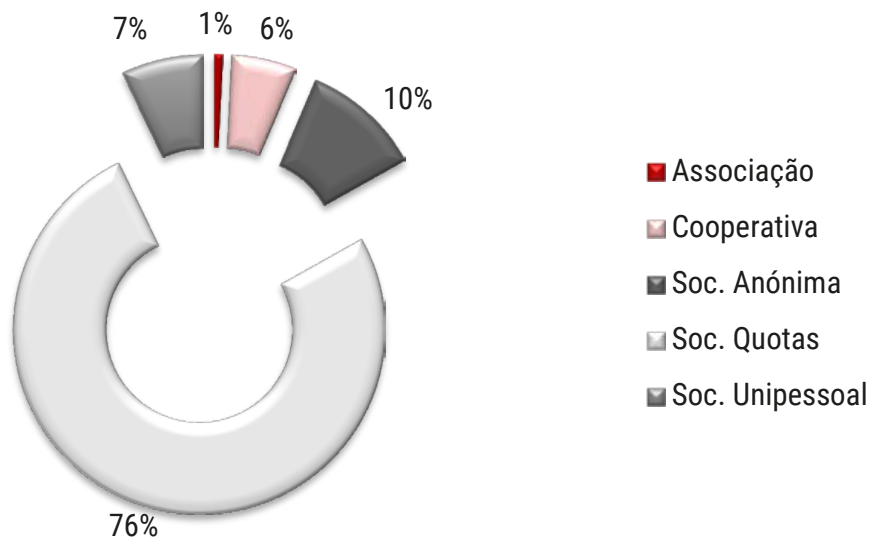
Fig. 17 – Publicações periódicas com registo ativo em 2018 – Por âmbito geográfico

A Figura 17 destaca que o âmbito geográfico, onde se verifica maior número de publicações periódicas registadas, é nacional.

4.2 EMPRESAS JORNALÍSTICAS

Encontravam-se registadas, em 2018, 267 empresas jornalísticas.

Fig. 18 – Empresas Jornalísticas com registo ativo em 2018 – Por natureza jurídica



Da leitura do gráfico, verifica-se que a maioria das empresas jornalísticas registadas têm como natureza jurídica “Sociedade por Quotas”.

4.3 EMPRESAS NOTICIOSAS

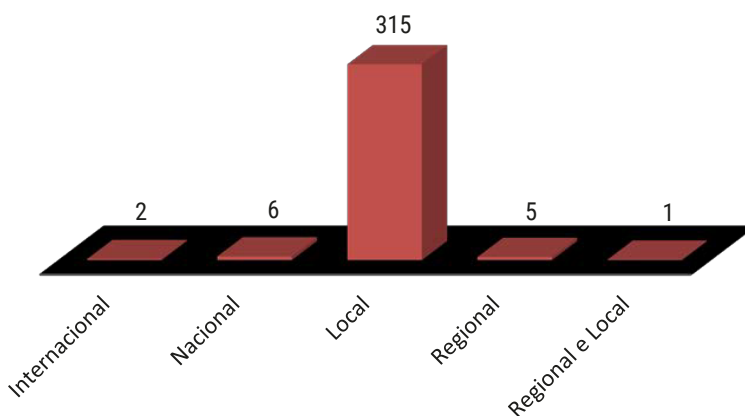
Encontrava-se apenas uma empresa noticiosa registada, em 2018.

4.4 OPERADORES DE RÁDIO E RESPECTIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

Em 2018 encontravam-se registados 329 serviços de programas de rádio, distribuídos por 293 operadores de rádio.

POR ÁREA DE COBERTURA

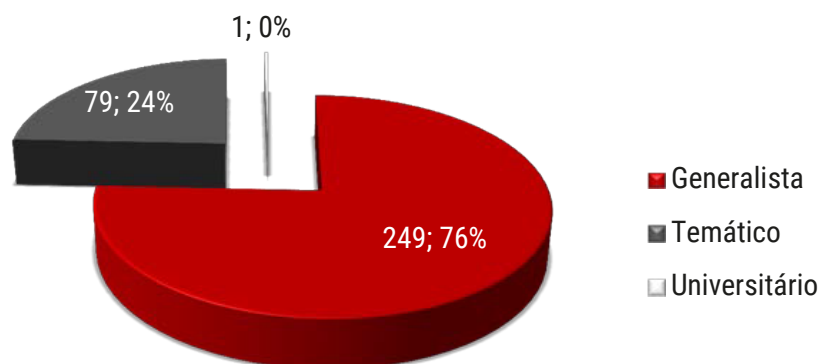
Fig. 19 – Serviços de programas de rádio com registo ativo em 2018 – Por área de cobertura



Cerca de 96 % dos serviços de programas de rádio registados têm a área de cobertura Local.

POR TIPOLOGIA DE PROGRAMAÇÃO

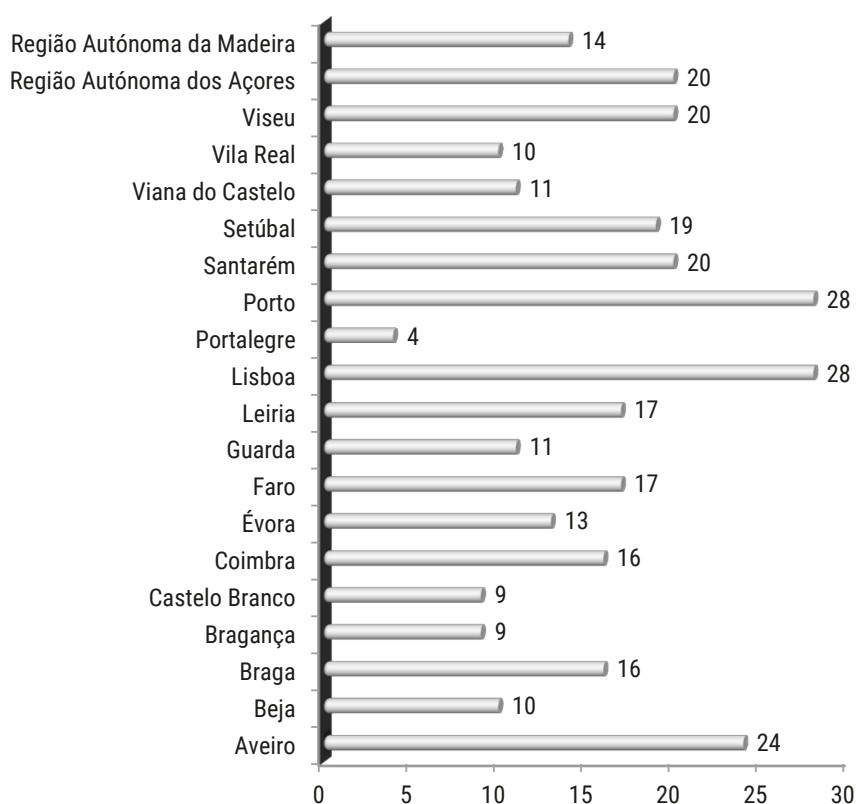
Fig. 20 – Serviços de programas de rádio com registo ativo em 2018 – Por tipologia de programação



Como se poder aferir da leitura do gráfico da Figura 20, os serviços de programas de rádio com a tipologia de programação generalista representam a maioria, com 249 registos.

POR DISTRITO DE LICENCIAMENTO

Fig. 21 – Serviços de programas radiofónicos locais com registo ativo em 2018 – Por distrito de licenciamento



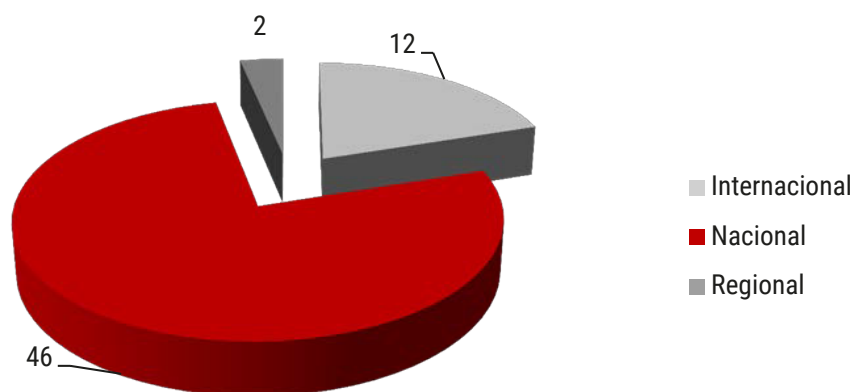
A Figura 21 espelha o número de licenças locais atribuídas por distrito de licenciamento, sendo os distritos de Lisboa e Porto, seguidos do distrito de Aveiro, onde existem mais licenças.

4.5 OPERADORES TELEVISIVOS E RESPECTIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

Encontravam-se registados, em 2018, 60 serviços de programas televisivos, distribuídos por 25 operadores televisivos.

POR ÁREA DE COBERTURA

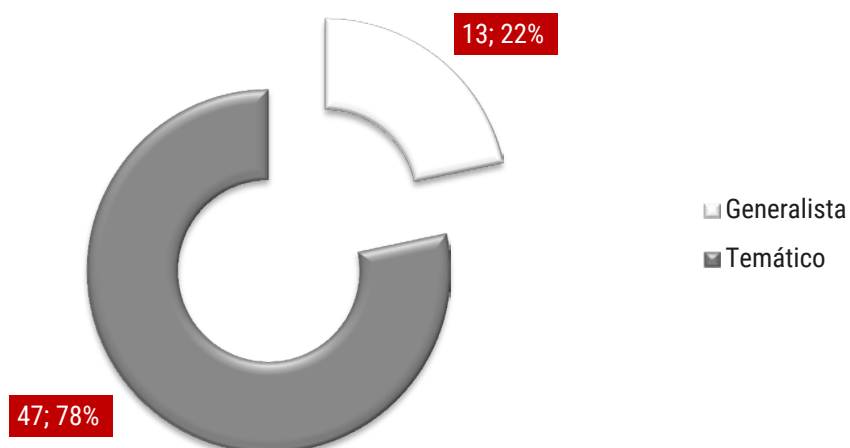
Fig. 22 – Serviços de programas televisivos com registo ativo em 2018 – Por área de cobertura



Da análise da Figura 22, confere-se que 77 % dos serviços de programas registados são de cobertura Nacional.

POR TIPOLOGIA DE PROGRAMAÇÃO

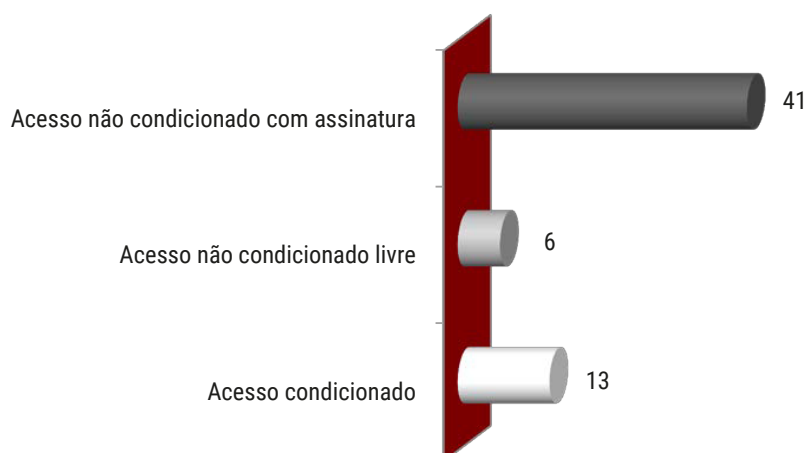
Fig. 23 – Serviços de programas televisivos com registo ativo em 2018 – Por tipologia de programação



Na Figura 23 salienta-se a tipologia de programação Temático, com 78 % dos serviços de programas televisivos registados.

POR TIPO DE ACESSO

Fig. 24 – Serviços de programas televisivos com registo ativo em 2018 – Por tipo de acesso



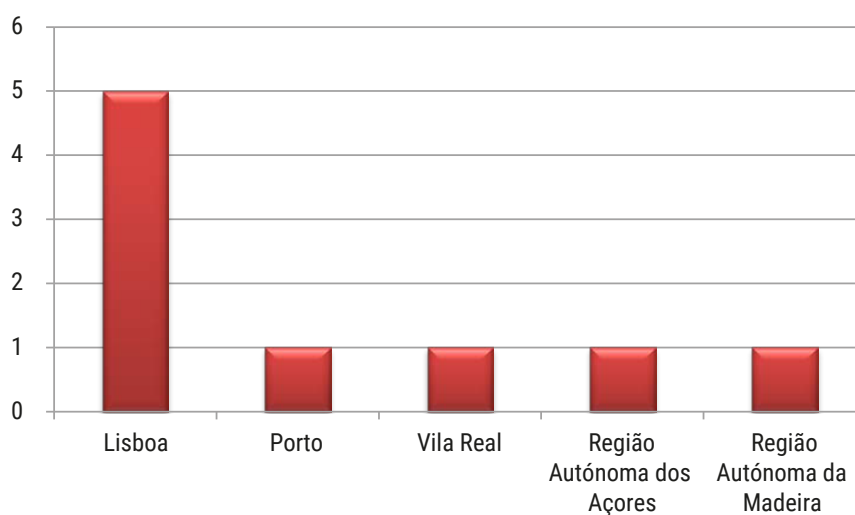
Verifica-se que os serviços de programas televisivos de acesso não condicionado com assinatura representam 68 % dos serviços de programas televisivos registados.

4.6 OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO

Em 2018, encontravam-se registados nove operadores de distribuição.

POR ÁREA GEOGRÁFICA

Fig. 25 – Operadores de distribuição com registo ativo em 2018 – Por área geográfica



Lisboa é o distrito com maior número de operadores de distribuição registados.

4.7 SERVIÇOS DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET

Encontravam-se registados, em 2018, 87 serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet.

Fig. 26 – Serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet com registo ativo em 2018 – Por tipo

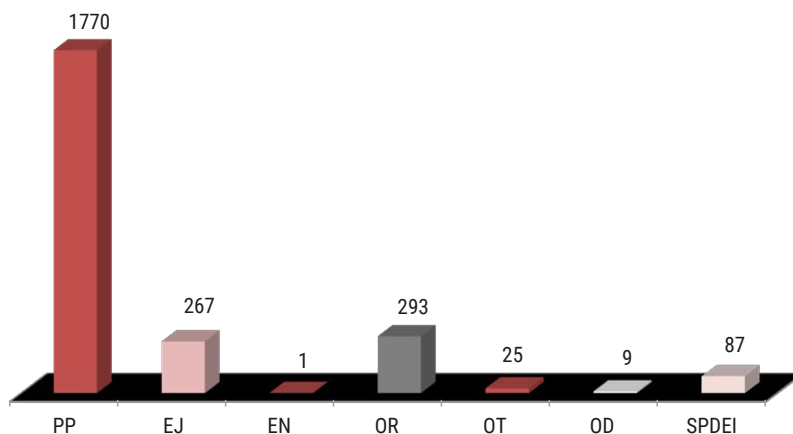


Na Figura 26 apura-se que 98 % dos serviços de programas distribuídos exclusivamente através da internet registados são de rádio.

CARACTERIZAÇÃO DO UNIVERSO DOS REGISTOS DOS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

No universo dos registos dos órgãos de comunicação social em 2018, encontram-se ativos 2452 registos, distribuídos pelas diversas categorias dos órgãos de comunicação social conforme a Figura 27.

Fig. 27 – Registos ativos em 2018



Claramente, é nas publicações periódicas que assenta o maior número de registos, seguidas dos operadores de rádio e empresas jornalísticas.

PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS (PP)

Em 2018, encontravam-se ativas 1770 publicações periódicas.

Do universo das publicações ativas em 2018, 624 são jornais, sendo 146 diários, 139 semanais, 97 quinzenais, 169 mensais e 73 com outras periodicidades.

EMPRESAS JORNALÍSTICAS (EJ)

Em 2018, encontravam-se ativas 267 empresas jornalísticas, com maior expressão as sociedades por quotas (203) e as sociedades anónimas (28).

EMPRESAS NOTICIOSAS (EN)

No mesmo ano, encontrava-se inscrita uma empresa noticiosa.

OPERADORES RADIOFÓNICOS (OR)

No que concerne aos operadores radiofónicos, encontravam-se inscritos 329 serviços de programas, distribuídos por 293 operadores.

OPERADORES DE TELEVISÃO (OT)

Em 2018, encontravam-se inscritos 25 operadores e 60 serviços de programas.

OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO (OD)

Em 2018, estavam inscritos nove operadores de distribuição.

SERVIÇOS DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET (SPDEI)

Em 2018, encontravam-se inscritos 87 serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet (dos quais 85 são radiofónicos e dois televisivos).

SONDAGENS E ESTUDOS DE OPINIÃO

1. VISÃO GLOBAL

O objetivo do presente capítulo consiste na caracterização do panorama da produção e publicação de sondagens submetidas ao regulador em 2018, procurando identificar algumas tendências evolutivas do setor em comparação com anos anteriores, particularmente em relação a 2017.

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 (em vigor desde 2011), a qual acompanha o modelo de análise de anos anteriores (base de dados ERC-Sondagens-Departamento de Análise de *Média*), 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 o registo das sondagens foram realizados através do Portal das Sondagens, continuando a ERC a disponibilizar os depósitos para consulta pública no seu sítio eletrónico¹⁴⁰, 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.

O presente capítulo estrutura-se em torno de cinco pontos centrais. O primeiro caracteriza de forma genérica o panorama das sondagens em 2018. 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. Finalmente, o quinto apresenta dados acerca dos procedimentos iniciados e encerrados em matéria de sondagens e inquéritos de opinião.

2. CARACTERIZAÇÃO GERAL DAS SONDAGENS

2.1 Entidades credenciadas

À data de 31 de dezembro de 2018, o universo das empresas credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião era composto por dez entidades (v. Fig. 1), diminuindo em quatro, face às 14 licenças verificadas no final de 2017. Em termos de movimento, registou-se a caducidade da licença de cinco empresas (Consulmark 2, Markttest, GFK/Metris, Pitagórica e Spirituc) e a atribuição de uma primeira licença (Multidados).

¹⁴⁰ Os depósitos de sondagens estão disponíveis para consulta pública em <http://www.erc.pt/pt/sondagens>

Fig. 1 – Situação das entidades credenciadas pela ERC a 31 de dezembro de 2018

Entidades credenciadas em 31 de dezembro de 2018	Alterações ao registo em 2018
Aximage – Comunicação e Imagem, Lda.	--
Consulmark2 – Estudos de Mercado e Trabalho de Campo, Lda.	Caducidade
Domp – Desenvolvimento Organizacional Marketing, S.A.	--
Eurosondagem – Estudos de Opinião, S.A.	--
G.Triple, Estudos e Sondagens de Opinião, Lda.	--
Intercampus – Recolha, Tratamento e Distribuição de Informação, S.A.	--
Ipom – Instituto de Pesquisa de Opinião e Mercado, Lda.	--
Marktest – Marketing, Organização, Formação, Lda.	Caducidade
Multidados – Consultoria e tratamento estatístico de dados, Lda.	Nova credenciação
GFK/Metris – Métodos de Recolha e Investigação Social, Lda.	Caducidade
Norma-Açores - Sociedade de Estudos e Apoio ao Desenvolvimento Regional, S.A.	--
Pitagórica – Investigação e Estudos de Mercado, S.A.	Caducidade
Spirituc – Investigação Aplicada, Lda., para a realização de sondagens de opinião	Caducidade
UCP/CESOP – Centro de estudos e sondagens de opinião da Universidade Católica Portuguesa	--
Universidade de Aveiro/CIMAD	--

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 (regular ou antecipado) Mediante o tipo 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 das 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 próprio mês ou no mês seguinte) 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 2018 pela ausência de escrutínios regulares, seria expectável uma desaceleração grande na produção de sondagens, tanto mais que no ano transato (2017) se verificaram eleições autárquicas e o calendário eleitoral de 2018 se “esgotou” logo no início do ano, em meados de janeiro, com a eleição direta partidária da liderança do Partido Social Democrata (PSD). Como os dados relativos aos depósitos demonstram, o pico de sondagens registadas ocorreu em janeiro (seis depósitos), acumulando-se neste mês perto de um quarto do total de depósitos realizados em 2018. O primeiro bimestre foi de resto o período mais movimentado do ano, representado os nove depósitos registados até ao final de fevereiro um terço do volume anual de depósitos (v. Anexo Fig. A2). Assim se no primeiro bimestre do ano a média mensal de depósitos foi de 4,5 sondagens, para os restantes dez meses, de março a dezembro, essa média mensal caiu para 1,8 depósitos de sondagens. Para o “pico” de sondagens registado logo em janeiro contribuíram as eleições no PSD (dois depósitos), o acompanhamento do voto legislativo (dois depósitos), um estudo sobre o comportamento de voto, por ocasião do aniversário do Expresso, e uma sondagem promovida por uma empresa de consultoria de comunicação e de relações públicas (24 Julho - Relações Públicas, S.A.) sobre a temática do «transporte individual e remunerado de passageiros em veículos descaracterizados a partir de plataforma eletrónica» (TVDE) (v. Anexo Fig. A2). No resto do ano, o movimento das sondagens ficou a dever-se essencialmente aos barómetros políticos (15 depósitos entre fevereiro e dezembro), a estudos de intenções de voto regional no arquipélago da Madeira (cinco depósitos) e a um estudo relativo à remodelação governamental ocorrida no mês de outubro.

A diminuição no volume de depósitos registado em 2018 refletiu-se na maior concentração do mercado dos estudos depositados. Se em 2017 as duas empresas com mais depósitos (Eurosondagem e Aximage) foram responsáveis por pouco mais de metade das sondagens realizadas para divulgação pública (55 %), em 2018 essas mesmas duas empresas passaram a representar praticamente a totalidade dos estudos depositados. Pelo nono ano consecutivo a Eurosondagem assume posição de destaque, fixando-se mais uma vez como a empresa com maior quota no mercado dos estudos depositados (14 sondagens, o que equivale a 51,9 % dos depósitos de 2018). Por sua vez, a Aximage, com 12 depósitos (44,4 %), consolida o segundo lugar pelo terceiro ano consecutivo, aproximando-se da Eurosondagem. Esta aproximação não resultou de um crescimento no número de depósitos por parte da Aximage, mas sim na menor desaceleração dos seus depósitos face aos realizados pela Eurosondagem. A Intercampus foi a outra entidade a realizar sondagens (1 depósito) para divulgação pública em 2018, no caso pelo JM-Madeira. De resto, e como resulta evidente, já que apenas três empresas realizaram depósitos em 2018 contra as nove que realizam em 2017, a variação no número de depósitos foi negativa para a generalidade das empresas face ao ano anterior.

Fig. 2 – Número de sondagens depositadas por empresa (2010, ..., 2014-2018)

	2010		(...)	2014		2015		2016		2017		2018		Var. Absoluta 2017-2018
	n	%		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Eurosondagem	18	30,5	(...)	26	44,8	22	26,8	19	40,4	48	40,0	14	51,9	▼
Aximage	14	23,7	(...)	17	29,3	15	18,3	12	25,5	18	15,0	12	44,4	▼
Intercampus	7	11,9	(...)	1	1,7	16	19,5	2	4,3	8	6,7	1	3,7	▼
UCP/CESOP	3	5,1	(...)	5	8,6	18	22,0	4	8,5	16	13,3	-	-	▼
Ipom	-	-	(...)	-	-	1	1,2	6	12,8	15	12,5	-	-	▼
Consulmark2	-	-	(...)	**	**	-	-	1	2,1	10	8,3	-	-	▼
G.Triplo	-	-	(...)	-	-	3	3,7	-	-	2	1,7	-	-	▼
UA/CIMAD	-	-	(...)	-	-	-	-	-	-	2	1,7	-	-	▼
Domp	-	-	(...)	1	1,7	2	2,4	-	-	1	0,8	-	-	▼
Markttest	11	18,6	(...)	-	-	2	2,4	1	2,1	-	-	-	-	-
Norma Açores	1	1,7	(...)	-	-	1	1,2	1	2,1	-	-	-	-	-
Metris	-	-	(...)	1	1,7	-	-	1	2,1	-	-	-	-	-
Pitagórica	2	3,4	(...)	6	10,3	1	1,2	-	-	-	-	-	-	-
Apeme	1	1,7	(...)	1	1,7	1	1,2	*	*	-	-	-	-	-
Euroexpansão	2	3,4	(...)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	59	100%	(...)	58	100%	82	100%	47	100%	120	100%	27	100%	-77,5%

A tabela encontra-se ordenada de forma decrescente primeiro pelo ano de 2018, depois 2017 e assim subsequentemente.

Total de entidades que depositaram sondagens: N=9 (2010); N=8 (2014); N=11 (2015), N=9 (2016), N=9 (2017); N=3 (2018).

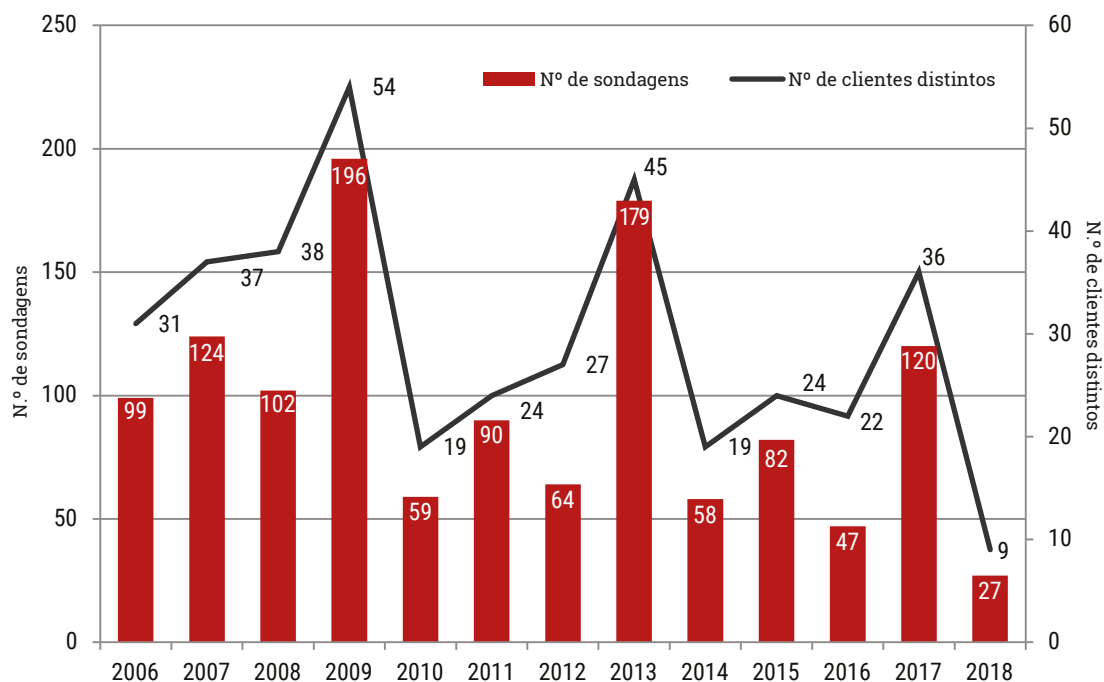
* A extinção da credenciação foi verificada sem subsequente renovação no ano de 2016 (Apeme).

** A Consulmark 2 não detinha credenciação para a realização de sondagens no ano assinalado.

Das dinâmicas acima explanadas são de destacar os seguintes aspetos relativos a 2018:

- O reforço da Eurosondagem, agora pelo nono ano consecutivo, como a empresa mais representativa do setor;
- A diminuição do número de depósitos por empresa, face ao ano anterior;
- A manutenção do barómetro político mensal da Aximage e a passagem do barómetro político produzido pela Eurosondagem para bimestral, possibilitando algum pluralismo e confronto da popularidade dos atores políticos e das intenções de voto legislativo;
- A concentração e o menor pluralismo do mercado dos estudos depositados, tendo-se verificado apenas três empresas a depositarem estudos para divulgação pública.

A desaceleração da atividade traduziu-se naturalmente na diminuição dos depósitos e dos clientes das sondagens, contabilizando-se apenas nove clientes distintos a contratar sondagens políticas para divulgação pública em 2018 (v. Fig. 3). De salientar que este número constitui um mínimo histórico, desde que a ERC iniciou atividade em 2006, representando menos de metade do anterior mínimo (19 clientes distintos, em 2011 e em 2014).

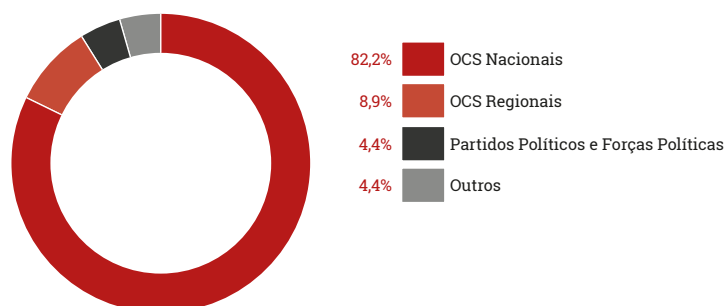
Fig. 3 – Número de clientes e de sondagens depositadas (2006 a 2018)

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 27 depósitos verificados em 2018 correspondam 45 entradas de clientes. De uma forma geral, reproduziram-se algumas das parcerias observadas em anos anteriores: 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, ainda que só a última parceria tenha mantido o carácter mensal do seu barómetro.

De destacar também, mas desta vez pela sua ausência da lista de clientes de sondagens, o operador público de Rádio e Televisão de Portugal (RTP). Trata-se do primeiro ano, desde a entrada em vigor da Lei das Sondagens (Lei n.º 10/2000, de 21 de junho), que os seus serviços de programas não estimularam, através da contratação de estudos, o mercado das sondagens políticas para divulgação pública.

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 nos casos dos *media*), é possível observar um acréscimo na predominância assumida pelos órgãos de comunicação social nacionais (representando 82,2 % do total de clientes registados nos depósitos em 2018, quando em 2017 representavam 69,8 %). O peso dos restantes tipos de clientes praticamente diminuiu para metade, fixando-se abaixo dos 18 pontos percentuais, quando em 2017 se fixava ligeiramente acima dos 30 %.

Os *Media Regionais*, ainda que com uma expressão muito diminuta (n=4, representando 8,9 %), assumiram o segundo lugar em termos de contratação de sondagens para divulgação pública. Por fim, e ainda com um valor mais marginal, seguem-se os Partidos e Forças Políticas e outros tipos de clientes (responsáveis pela contratação de dois estudos cada, representando, *ex aequo*, 4,4 % das sondagens políticas realizadas para publicação) (v. Fig. 4).

Fig. 4 – Tipo de clientes de sondagens em 2018 (em percentagem)

Total de depósitos N=27 (2018).

Total de clientes referenciados em depósitos N=45 (2018).

Total de clientes distintos N= 9 (2018).

Em termos da importância dos clientes, medida pela sua presença em depósitos, quem mais se destacou em 2018 foram o *Correio da Manhã* e o *Jornal de Negócios* (*ex aequo* presentes em 12 depósitos). Os dois órgãos detidos pela Cofina assumiram particular importância porque foram os únicos que mantiveram o estímulo mensal à produção de barómetros políticos com seguimento da evolução das intenções de voto legislativo e da popularidade dos principais atores políticos nacionais. Seguem-se o *Expresso* e a *SIC*, ambos propriedade da *Impresa*, com presença em sete e seis depósitos, respetivamente, por estimularem um barómetro político regular, ainda que tenha passado de mensal a bimestral em 2018. (v. Anexo Fig. A3). No âmbito dos *Média* regionais marca presença o *Diário de Notícias da Madeira* e o *JM-Madeira*, responsáveis pela encomenda de quatro sondagens regionais (três o *DN Madeira* e uma o *JM-Madeira*) já no âmbito das eleições previstas para o respetivo arquipélago em 2019.

2.2. Depósitos¹⁴¹

Em 2018, foram efetuados 27 depósitos de sondagens (v. Fig. 5). Pode-se observar que este número decresceu 77,5 % face a 2018, ano em que se contabilizaram 120 de depósitos.

Quando comparado com um ano em que também só se realizaram eleições partidárias no PSD, em 2010, verifica-se um decréscimo de 54,2 % no número total de depósitos. Claro que esta comparação não pode ser realizada de forma linear, até porque em 2010 se verificaram depósitos de barómetros políticos por parte de cinco empresas (*Eurosondagem*, *Aximage*, *Marktest*, *Intercampus* e *UCP/CESOP*), antes espelhando, no longo prazo, a tendência de contração do mercado e da diminuição do número de sondagens depositadas.

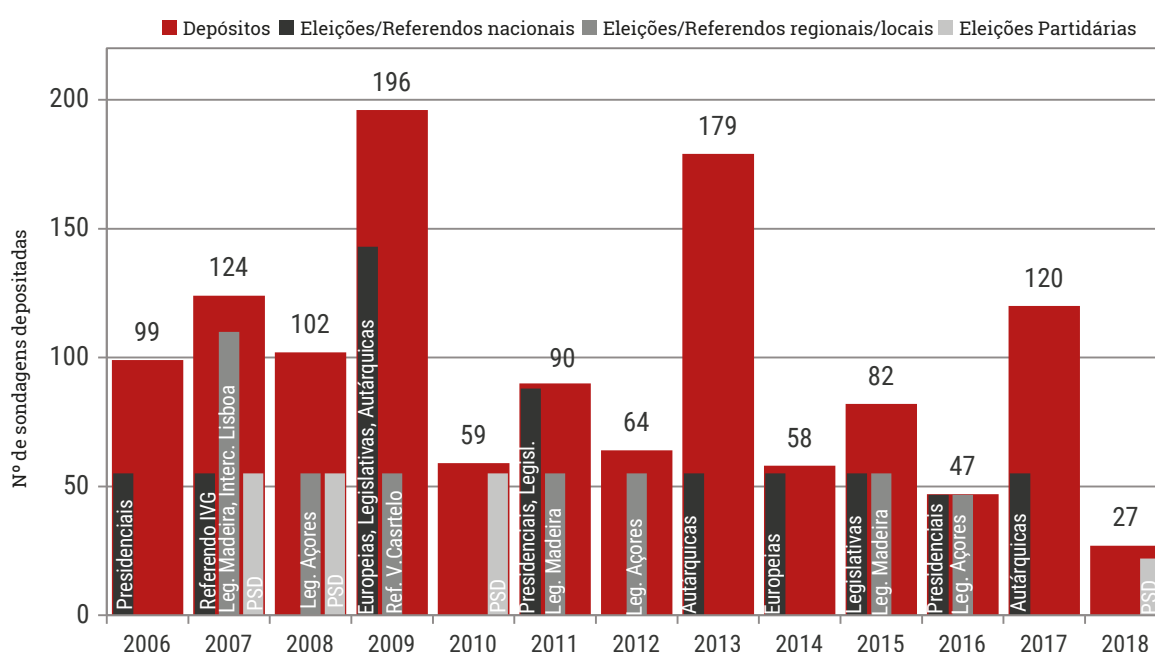
A análise longitudinal dos dados, referente aos depósitos de sondagens entre 2006 e 2018, mostra que em 2018 se baixou o mínimo histórico no que concerne ao número de sondagens registadas na ERC, fixando-se agora em 27 depósitos, quando anteriormente esse número era de 47 depósitos, registados em 2014. No domínio dos barómetros regulares com acompanhamento das intenções de voto legislativo, também se verificou um grande decréscimo, ficando o valor registado (17) bastante abaixo dos verificados para o triénio anterior (29, 25 e 26 depósitos, em 2017, 2016 e 2015, respetivamente).

¹⁴¹ Consideram-se **depósitos** as sondagens que são entregues pelas entidades credenciadas para apreciação da ERC, ao abrigo da Lei das Sondagens.

Numa perspetiva global, e considerando a totalidade dos depósitos registados na ERC ao longo dos seus treze anos de existência (1247 depósitos entre 2006 e 2018), verifica-se que é nos anos de eleições autárquicas que o número de depósitos (196, 179, e 120 depósitos, em 2009, 2013 e 2017, respetivamente) ultrapassa de forma mais expressiva a média anual para o período considerado (95,9 depósitos por ano).

Atendendo a que em 2019 haverá eleições regulares legislativas e regionais (Região Autónoma da Madeira), perspetiva-se, face ao registado em 2018, tanto uma aceleração no número de depósitos, como um aumento de pluralismo, quer na ótica dos clientes, responsáveis pela encomenda das sondagens, quer na ótica dos produtores, entidades credenciadas para a realização de sondagens.

Fig. 5 – Distribuição anual das sondagens depositadas e dos atos eleitorais realizados (2006 a 2018)



Total de depósitos N=1247 (2006-2018).

2.3 Temas abordados

2.3.1 Abordagem dos temas das sondagens

As sondagens depositadas na ERC são classificadas quanto às temáticas sobre as quais incidem. O plano de codificação utilizado foi elaborado com o objetivo de 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 encontram-se 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 inserem 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*.

2.3.2 Os temas abordados em 2018

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 2018, sendo observáveis em 24 (intenção de voto) e em 19 (*ex aequo*, para a avaliação e para as atividades dos órgãos e atores políticos) das 27 sondagens registadas em 2018 (N=27).

Face a 2017, regista-se o aumento relativo do interesse das temáticas relacionadas com a avaliação dos órgãos e dos atores políticos, ainda que foco principal continue a relacionar-se com o acompanhamento dos *cenários e representações relacionadas com escrutínios* (v. Anexo Fig. A4).

A análise diacrónica dos temas mais proeminentes mostra que as temáticas relacionadas com os barómetros políticos regulares foram aquelas que menos caíram, num ano de forte travagem no setor das sondagens realizadas para publicação. A ocorrência de eleições europeias, legislativas e regionais da Madeira previstas para 2019, terá contribuído para sustentar a menor desaceleração dos barómetros políticos mensais face aos estudos de natureza mais casuística. Considerando que os barómetros se caracterizam pela repetição de um conjunto de questões com um dado intervalo temporal é fácil perceber a predominância dos três grupos temáticos relativos ao voto, popularidade e atividade dos órgãos e atores políticos.

No grupo temático mais representado, relativo à intenção e sentido de voto, o destaque vai para o voto legislativo, pela sua presença em 17 das sondagens realizadas em 2018. Segue-se o voto regional, presente em cinco estudos, na sua maioria realizados e divulgados no primeiro e no último bimestre do ano.

A imagem e popularidade do Presidente da República, Primeiro-Ministro e dos líderes partidários foram as referências temáticas mais frequentes dentro grupo temático relativo à avaliação dos atores e órgãos políticos (as três presentes em 15 sondagens). Seguem-se as referências relativas à imagem do Governo e dos Tribunais (com nove e sete presenças, respetivamente) e as referências à imagem do Parlamento e da Procuradoria-Geral da República (*ex aequo* presentes em seis depósitos de sondagens). Por sua vez, no grupo temático relativo às atividades dos órgãos constitucionais e seus representantes, a referência temática a destacar são as expectativas em relação à ação governativa, pela sua presença em 11 das 27 sondagens realizadas para divulgação em 2018.

De uma perspetiva mais geral, e considerando o diminuto número de sondagens produzido, é relativamente fácil de se observar o elevado peso dos barómetros políticos no conjunto de questões colocadas em 2018.

Fig. 6 – Principais temas abordados pelas sondagens em 2018

Grupo temático	Referências temáticas	Depósitos
Grupo 5 - Intenção e sentido do voto	Voto legislativo	17
	Voto regional	5
Grupo 3 - Avaliação dos órgãos e atores políticos	Imagem do Presidente da República	15
	Imagem do Primeiro-Ministro	15
	Imagem dos líderes partidários	15
	Imagem dos Ministros	12
	Imagem do Governo	9
	Imagem dos Tribunais	7
	Imagem do Parlamento	6
Grupo 1 - Atividade dos órgãos constitucionais e dos seus representantes	Imagem do Ministério Público (PGR)	6
	Expectativas em relação à ação governativa	11
Grupo 4 - Atividades e organização dos partidos políticos	Confiança para 1.º Ministro	11

Nota: Só se apresentam as referências temáticas com observações de valor igual ou superior a cinco ocorrências.

Total de depósitos N=27 (2018).

Total de temas distintos registados N=92 (2018).

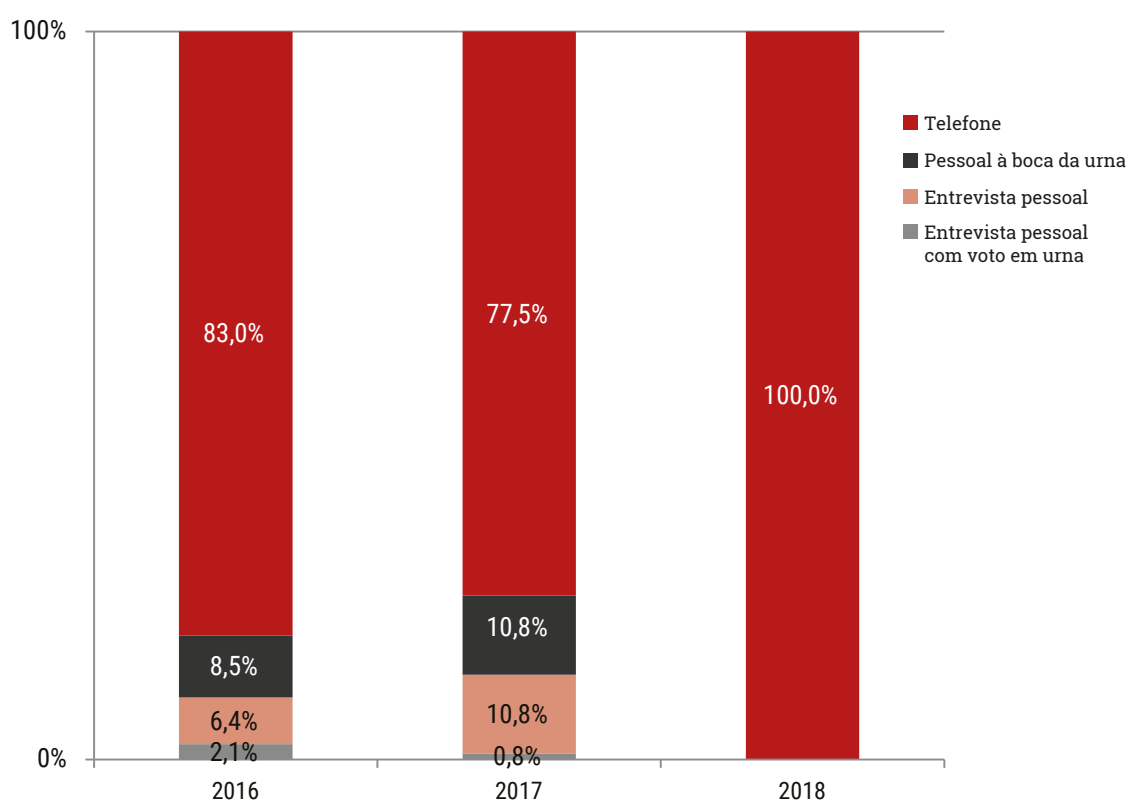
Total de referências temáticas N=262 (2018).

3. CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS DAS SONDAgens

3.1 Método de recolha da informação

O método de recolha de informação é um dos elementos obrigatórios na ficha técnica de depósito. O telefone não só continua a ser o meio de recolha mais utilizado, como em 2018 foi o único meio utilizado para a realização de sondagens elaboradas para divulgação pública (v. Fig. 7). Esta omnipresença das entrevistas telefónicas na realização de sondagens espelha o tipo de estudos que foram realizados em 2018 (sobretudo barómetros políticos) e a ausência de escrutínios para órgãos constitucionais, os quais normalmente envolvem trabalhos no terreno para entrevistas presenciais.

De resto, os estudos realizados através de entrevistas telefónicas acarretam, normalmente, por motivos logísticos e de tempo, menos custos do que os realizados através da entrevista pessoal, sendo, por isso, predominantes nas sondagens de publicação regular, como os barómetros.

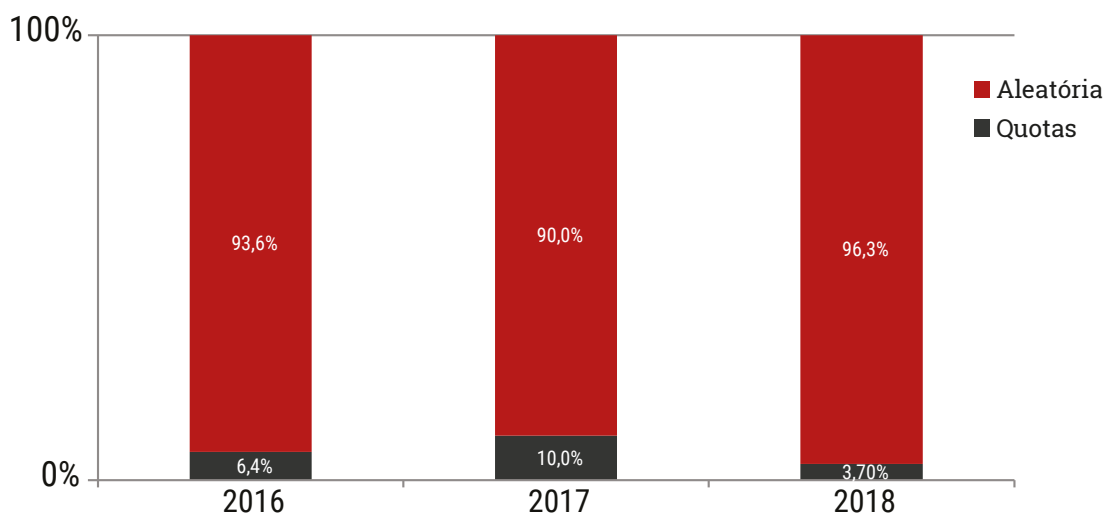
Fig. 7 – Percentagem de sondagens depositadas, por método de recolha de informação (2016, 2017 e 2018)

Total de depósitos: N=47 (2016); N=120 (2017); N=27 (2018).

3.2 Métodos de seleção de amostras

No campo dos métodos de seleção das amostras, também se verifica praticamente a omnipresença das sondagens realizadas através de métodos aleatórios (v. Fig. 8). Este facto não significa que a amostragem por quotas foi preterida por questões relacionadas com rigor, antes reflete as dinâmicas do mercado dos estudos depositados, sobressaindo as metodologias utilizadas pelas duas empresas que o dominaram o mercado.

Fig. 8 Percentagem de sondagens depositadas, por método de seleção das amostras¹⁴² (2016, 2017 e 2018)



Total de depósitos N=47 (2016); N=120 (2017); N=27 (2018).

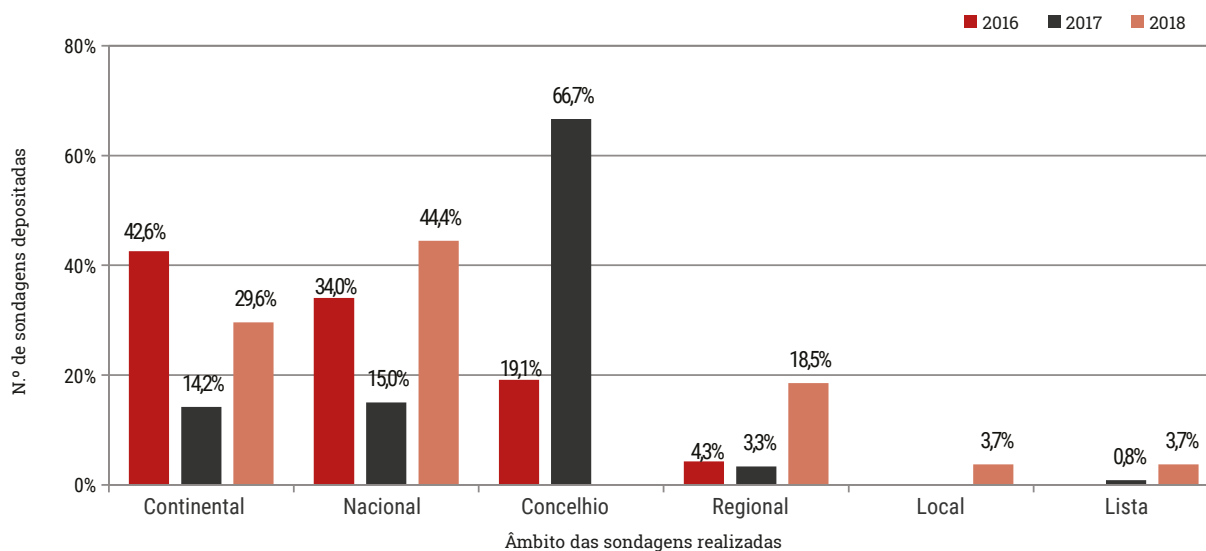
3.3 Âmbito geográfico dos estudos

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. Assim, é compreensível a ausência de estudos com âmbito geográfico concelhio em 2018, quando em 2017, ano de eleições autárquicas, os estudos de âmbito autárquico representavam dois terços do total de sondagens depositadas.

As sondagens com amostras de âmbito nacional e continental foram predominantes em 2018 (44,4 % e 29,6 %, respetivamente), espelhando o peso dos barómetros políticos regulares no total de depósitos do ano. Seguem-se os estudos com amostras de âmbito regional, dirigidos à eleição para a Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira de 2019 (18,5 %) e, por fim, com expressão marginal, os estudos baseados em amostras de âmbito local ou de lista (*ex aequo* com 3,7 % do total de depósitos) (v. Fig. 9).

¹⁴² A introdução do Portal das Sondagens motivou algumas alterações na estrutura e classificação da informação que vinha sendo seguida na base de dados anterior. 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 (2016, 2017 e 2018)

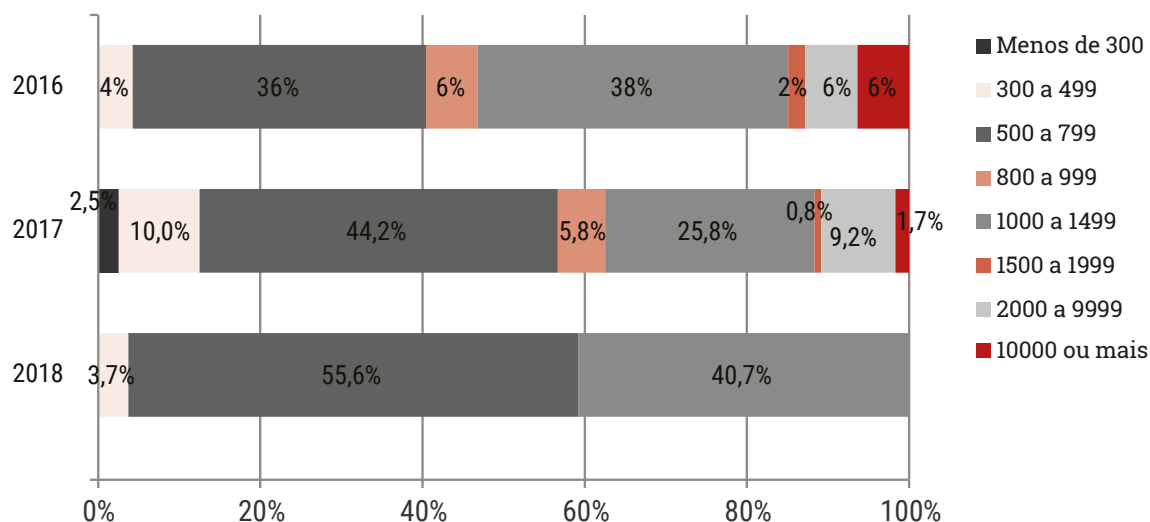


Total de depósitos N=47 (2016); N=120 (2017); N=27 (2018).

3.4 Dimensão das amostras

Em 2018 foram inquiridos 20 800 indivíduos no âmbito das sondagens políticas realizadas para divulgação pública, tendo sido entrevistadas cerca de 140 000 pessoas a menos do que em 2017. Esta diminuição enorme no número de entrevistas não tem qualquer significado especial se tivermos em consideração que em 2017 se realizaram eleições autárquicas gerais, movimentando um acumulado de depósitos mais de cinco vezes superior ao registado em 2018. Aliás, a média de indivíduos entrevistados por sondagem em 2018 (770,4 inquiridos) é ligeiramente maior à registada em 2017 (756,2 inquiridos), quando excluídas as 13 sondagens realizadas à boca da urna no dia do escrutínio autárquico, responsáveis por 81 388 inquirições realizadas em 2017 (a que corresponde uma média de 6 260 inquiridos por sondagem à boca da urna). De resto, as amostras mais frequentes dos depósitos inserem-se, à semelhança de 2017, no intervalo amostral entre 500 a 799 (presentes em 55,6% do total de depósitos de 2018) (v. Fig. 10).

Fig. 10 – Percentagem acumulada de sondagens por escalão de dimensão das amostras (2016, 2017 e 2018)



Total de depósitos N=47 (2016); N=120 (2017); N=27 (2018).

4. DIVULGAÇÃO DE SONDAgens¹⁴³

4.1 Enquadramento

O acompanhamento regular realizado pela ERC em matéria de sondagens de opinião permitiu identificar, em 2018, a publicação ou difusão pública de 671 peças jornalísticas nesse âmbito, 657 sobre sondagens depositadas na ERC e 14 sobre inquéritos de opinião.

Há registo de divulgação pública do total de sondagens depositadas em 2018 (N=27). A percentagem de sondagens com divulgação identificada por ano de depósito foi mais alta do que nos dois anos precedentes, fixando-se em 86,6 %, em 2017, e em 95,7 %, em 2016.

Deixando de considerar somente as divulgações referentes aos depósitos de 2018 e alargando a análise ao total de estudos com divulgação identificada, conclui-se, face a 2017, pela diminuição acentuada do número total de sondagens publicadas (de 108, em 2017, para 39, em 2018), sendo, no entanto, considerável o número de depósitos efetuados em anos anteriores cujo conteúdo foi objeto de divulgação em 2018 (12 depósitos).

O número de divulgações identificadas também caiu, ainda que em menor grandeza, quando comparado com o número de depósitos, registando-se 657 divulgações em 2018, quando em 2017 foram identificadas 1462 divulgações (v. Fig. 11).

Fig. 11 – Sondagens depositadas e divulgações identificadas (2016, 2017 e 2018)

	2016	2017	2018
Sondagens depositadas	47	120	27
Sondagens com divulgação identificada (por ano de depósito)	45	104	27
% de depósitos com divulgação identificada (por ano de depósito)	95,7 %	86,6 %	100,0 %
Total de sondagens com divulgação identificada	55	108	39
Total de divulgações com depósito associado	1427	1462	657
Total de divulgações de inquéritos	2	4	14

Em média publicaram-se 54,8 divulgações de sondagem por mês em 2018, o que corresponde a uma média de 1,8 divulgações de sondagens por dia. Novembro foi o período de maior atividade no que concerne a divulgações (103), seguindo-se os meses de janeiro (mês com maior número de depósitos) e de março (95 e 94 divulgações, respetivamente). Os meses com menos divulgações de sondagens foram abril e outubro (*ex aequo*, com 13 divulgações).

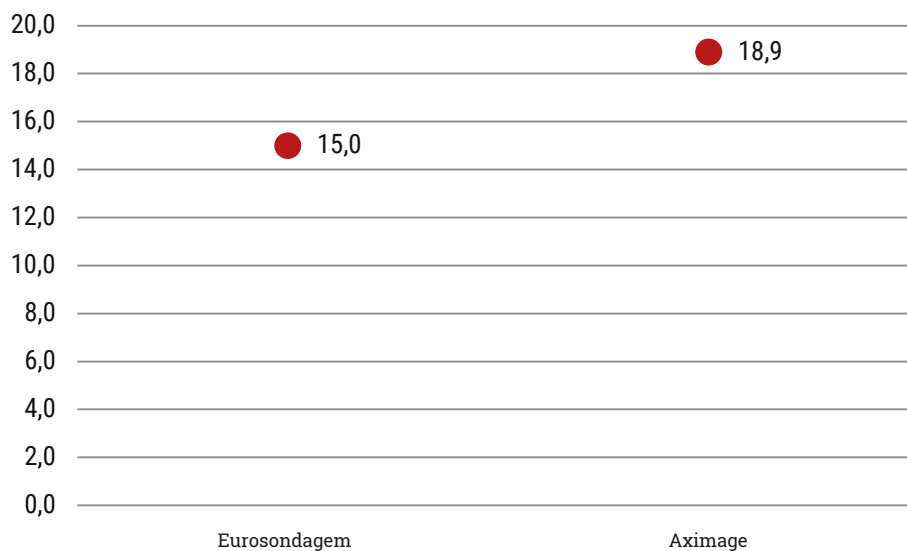
O número médio de divulgações por sondagem fixou-se em 24,3 divulgações por depósito, o que indicia um elevado grau de propagação das sondagens. O mínimo de divulgações por depósito de sondagem foi um, reportando-se este mínimo a nove depósitos anteriores a 2018 e apenas a um depósito realizado em 2018. Por sua vez, o máximo de divulgações registado foi de 63, relativas ao depósito do barómetro político de março, realizado pela Eurosondagem para o Expresso e a SIC.

As sondagens realizadas pela Aximage, em 2018, foram aquelas que conseguiram maior disseminação, tendo alcançado, em média, 18,9 divulgações por depósito. Seguem-se, com uma média inferior, de 15 divulgações por depósito, as sondagens produzidas pela Eurosondagem (v. Fig. 12). Estas duas empresas foram responsáveis pelos

¹⁴³ 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).

barómetros políticos publicados pelos órgãos detidos pelas empresas de *media* Cofina e Impresa. A Eurosondagem destaca-se como a empresa que apresenta o número mais elevado de sondagens divulgadas em 2018 (22, das quais 14 foram realizadas e depositadas em 2018), bem como o maior número absoluto de divulgações (331). Segue-se a Aximage com 16 sondagens divulgadas, tendo 12 destes estudos sido realizados e depositados em 2018. Por fim, apenas com uma sondagem publicada nos *media* em 2018 e alvo de 24 divulgações, surge a Intercampus.

Fig. 12 – Média de divulgações por depósito, por entidade credenciada em 2018¹⁴⁴



Sondagens divulgadas em 2018 N=39 (Por ano de depósito N= 27 (2018); N=8 (2017); N=3 (2016); N=1 (2014)).

Total de divulgações de sondagens N=657 (2018).

A observação das dez sondagens mais divulgadas em 2018 (v. Anexo Fig. A5), onde apenas figuram, em igual número, sondagens da Eurosondagem e Aximage, espelha a grande concentração verificada no mercado das sondagens realizadas para divulgação pública nesse ano. Os três estudos com mais divulgações identificadas, por ordem decrescente quanto ao número de peças, foram os barómetros políticos de março, janeiro e novembro realizados pela Eurosondagem. A estas três sondagens foram associadas um total de 170 divulgações, 63 das quais ao barómetro político de março, onde se registou o máximo de divulgações por depósito. Este barómetro foi divulgado durante 13 dias, por 14 órgãos de comunicação social diferentes. As sondagens com maior número de divulgadores (17 órgãos de comunicação social distintos) foram os barómetros políticos de julho e de setembro, da responsabilidade da Aximage. Quanto às sondagens com maior número de dias em divulgação, os barómetros políticos de novembro (Eurosondagem) e julho (Aximage), foram alvo de peças noticiosas durante 14 dias, seguidos ou interpolados. Ainda de sublinhar, que as dez sondagens mais disseminadas, apesar de representarem pouco mais de um quarto do total dos estudos divulgados em 2018 (25,6 %), correspondem a mais de metade (65,3 %) da totalidade das divulgações identificadas para o mesmo período.

4.2 Divulgadores de Sondagens

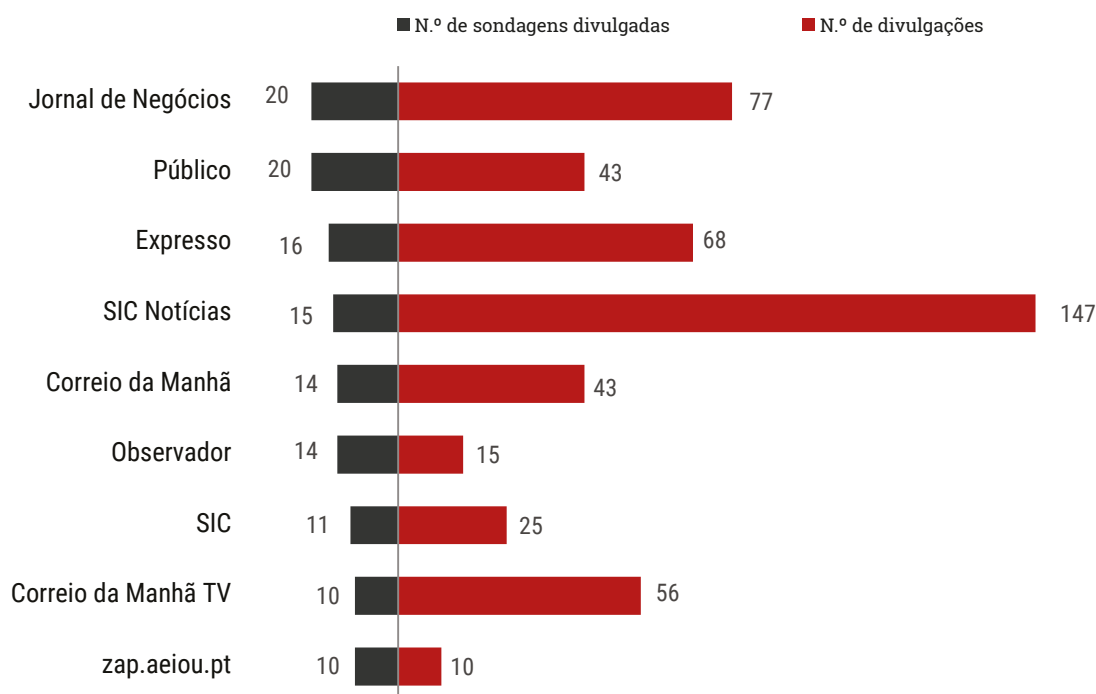
No cumprimento da sua função de Regulador, a ERC empenha-se em monitorizar a divulgação pública de sondagens. Em 2018, verificou-se uma grande diminuição do número de divulgações identificadas face aos valores registados nos dois anos anteriores (657 divulgações identificadas em 2018, face às 1462 e às 1427 identificadas em 2017 e 2016, respetivamente). Como atrás já se explorou, esta diminuição na divulgação de sondagens não tem causa única. Ainda que o setor tenha evidenciado, em anos sem eleições de grande monta, como foi o caso de 2018, menor atividade

¹⁴⁴ Nota: Não foi calculada média para a Intercampus dado que esta empresa apenas depositou uma sondagem em 2018 à qual foram identificadas e associadas 14 divulgações.

durante a última década, a existência de apenas dois barómetros políticos em 2018, sendo um deles bimensal, quando em 2013 existiam cinco, espelha bem as dificuldades que trespassam o setor empresarial dos *media*.

A Figura 13 apresenta os órgãos de comunicação social com maior volume de sondagens divulgadas, contrastando depois esse número com o número absoluto de divulgações que fizeram ao longo de 2018. O Jornal de Negócios e o Público foram os órgãos com maior número de sondagens divulgadas (20, *ex aequo*), não sendo, porém, qualquer um dos dois o maior divulgador. Esse registo é alcançado pela SIC Notícias, com 147 divulgações identificadas, oriundas de 15 diferentes sondagens. Como canal temático informativo que é, a SIC Notícias, tem noticiários à hora certa e, quando divulga uma sondagem da qual também é cliente, essa divulgação é feita de forma sistemática em muitos dos seus noticiários do dia.

Fig. 13 – Número de sondagens divulgadas e número de divulgações identificadas por principais divulgadores (2018)



Sondagens divulgadas em 2018 N=39 (Por ano de depósito N= 27 (2018); N=8 (2017); N=3 (2016); N=1 (2014)).

Total de divulgações de sondagens N=657 (2018).

*Para efeitos da análise, consideraram-se "principais divulgadores" as entidades que procederam à divulgação de dez ou mais estudos em 2018.

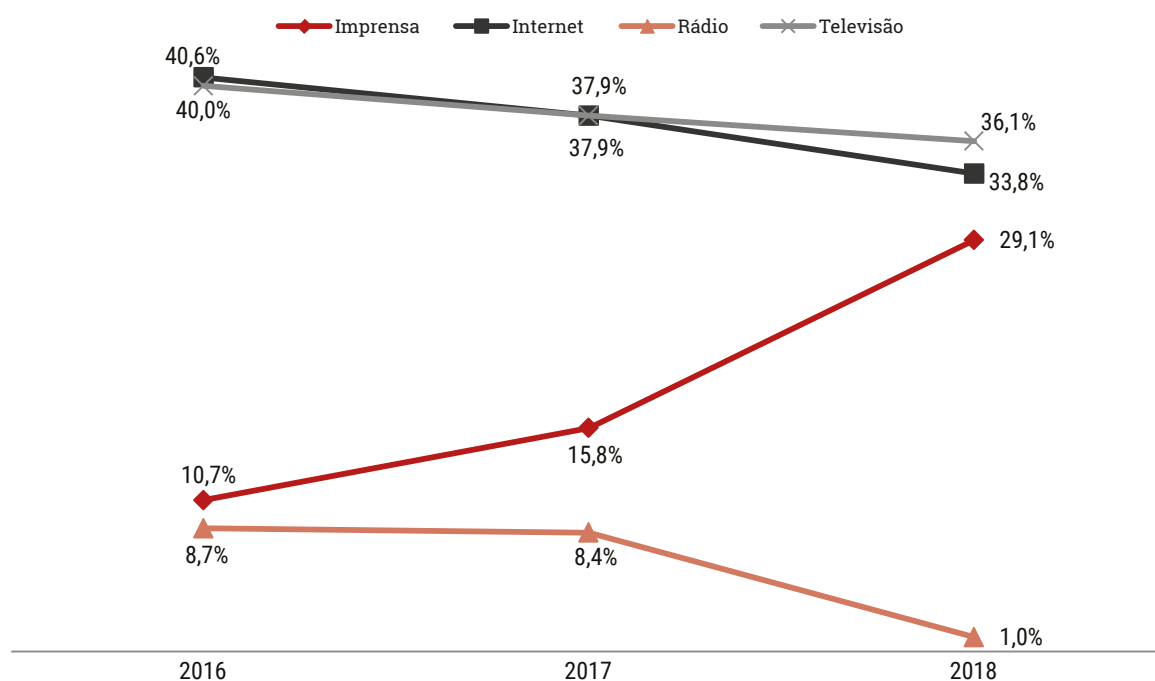
A ERC manteve como critério para considerar um órgão de comunicação social como principal divulgador o facto de este ter divulgado dez ou mais sondagens diferentes ao longo do ano. Em 2018, apenas nove órgãos cumprem esse critério, representando 19 % do total de órgãos de comunicação que veicularam pelo menos uma sondagem. Esta percentagem quase cai para metade quando comparado com 2017, onde os principais divulgadores pesavam 36,4 % do total de divulgadores de sondagens.

Quando observamos o número de peças divulgadas pelos nove órgãos de comunicação social que divulgaram mais de dez sondagens em 2018, constatamos que, apesar de representarem menos de um quinto do total de divulgadores, veicularam 73,7 % 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.

4.3 Tipologia dos órgãos de comunicação

A distribuição das divulgações de sondagens realizadas em 2018, pelos quatro tipos de suporte considerados na análise – televisão, rádio, imprensa e internet – revela algumas variações face aos dois anos anteriores, particularmente face a 2016. A televisão passa a ser o suporte com maior número de divulgações, ultrapassando a internet com a qual dividia o primeiro lugar em 2017 e atrás de quem figurava em 2016 (v. Fig. 14). Em terceiro lugar, e com um peso relativo de 29,1 %, surge a imprensa, praticamente duplicando o seu peso face a 2017 (subida de 13,3 p.p.) e acelerando o ritmo de crescimento evidenciado entre 2016 e 2017 (onde subiu 5,1 p.p.). Em sentido contrário, a rádio perdeu importância em termos relativos, tendo sido um suporte com um peso meramente residual (1 %) face aos outros suportes. O diminuto número de divulgações de sondagens realizadas via rádio pode não transportar em si qualquer significado especial, basta verificar que, ao contrário de anos anteriores, não houve em 2018 estações de rádio nos órgãos de comunicação social clientes de sondagens.

Fig. 14 – Percentagem de divulgações de sondagens, por meio de comunicação (2016, 2017 e 2018)



Total de divulgações identificadas em estudos devidamente depositados na ERC N=1427 (2016); N=1462 (2017); N=657 (2018).

Incluem-se nas percentagens referentes à Internet peças recuperadas de blogs/redes sociais representando, respetivamente, 3,1 % (2016), 1,6 % (2017) e 0,5 % (2018) do conjunto total de divulgações de cada ano.

4.4 Imprensa

As divulgações realizadas pela imprensa em 2018 registaram uma diminuição face ao ano anterior, fixando-se o total de divulgações identificadas para este ano em 191. Em 2017 esse número foi de 231 e em 2016 foi de 153. Considerando que em 2016 se contabilizaram 47 depósitos de sondagens e em 2018 apenas 27 depósitos, o decréscimo nas divulgações realizadas na imprensa acaba por ser pouco expressivo, tanto mais que a diferença do número de depósitos de sondagens entre 2018 e 2017 (-93 depósitos) é mais do dobro da diferença do número de peças publicadas na imprensa para o mesmo período (-40 divulgações).

Durante 2018, os jornais diários generalistas mantiveram a aposta na divulgação de sondagens, continuando a liderar as divulgações realizadas na imprensa (38 % do total), ainda que com menor expressão do que em 2017

onde representavam 46,3 % das divulgações identificadas. Os jornais económicos e os jornais semanários surgem atrás, tendo sido os únicos a apresentar crescimento expressivo em termos de peso relativo face a 2017. Os jornais económicos representaram, em 2018, 28 % da totalidade das divulgações realizadas e recuperadas da imprensa, e os semanários 24 % (significando um aumento de 9,4 p.p. e de 7,1 p.p., respetivamente). Em sentido inverso, os jornais regionais, após um ano de maior atividade impulsionada pelas eleições autárquicas de 2017, diminuíram a publicação de sondagens em 2018, baixando o seu peso relativo de 18,6 %, em 2017, para 7 %, em 2018. Quanto aos restantes tipos de publicação, designadamente as revistas, mantiveram um peso marginal, não acumulando mais do que 3 % do total das sondagens publicadas pela imprensa em 2018 (v. Anexo Fig. A6).

Os principais divulgadores de sondagens na imprensa são, sem novidade, os órgãos que se constituem como clientes nas parcerias dos barómetros políticos realizados pela Aximage e pela Eurosondagem. O título que mais vezes publicou divulgações de sondagens em 2018 foi o Jornal de Negócios (46 divulgações), cliente, em parceria com o Correio da Manhã (terceiro maior divulgador da imprensa com 27 divulgações), do barómetro político produzido mensalmente pela Aximage. No meio destes dois títulos da Cofina surge o Expresso, jornal semanário, cliente, com a SIC, dos barómetros bimestrais realizados pela Eurosondagem, onde em 2018 se identificaram 38 divulgações relativas a sondagens (v. Fig. 15).

Da análise da distribuição de divulgações por título, pode verificar-se que esta se mantém minimamente plural, não se encontrando grande concentração de divulgações num só órgão, mantendo-se um equilíbrio mínimo, tal como em anos anteriores.

Fig.15 – Principais órgãos de imprensa em número de divulgações publicadas (2017 e 2018)

Suporte (OCS)	2017		2018	
	Nº de peças	%	Nº de peças	%
Jornal de Negócios	30	13	46	24,1
Expresso	30	13	38	19,9
Correio da Manhã	32	13,9	27	14,1
Público	16	6,9	24	12,6
DN Madeira	18	7,8	15	7,8
O Diabo	4	1,7	7	3,7
JM-Madeira	4	1,7	5	2,6
O Jornal Económico	6	2,6	5	2,6
Outros órgãos de imprensa com menos de 5 divulgações identificadas em 2018	91	39,4	24	12,6
Total de peças	231	100,0	191	100,0
Total de órgãos divulgadores	29		21	

4.5 Televisão

Em 2018, foram divulgadas na televisão 237 peças sobre sondagens. Este número representa um decréscimo expressivo, na casa dos 57 %, face ao número de divulgações televisivas observadas em 2017. Verificou-se ainda que 63,3 % das peças foram transmitidas por canais temáticos especializados em informação, aproximando-se dos valores registados em 2016 e representado um aumento na ordem dos 4 p.p. face a 2017 (59,4 %) (v. Anexo Fig. A7).

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 quanto aos dois maiores divulgadores, continuando a SIC Notícias a ser, dentro do suporte televisivo, o maior divulgador de sondagens, seguida pela CMTV. Aliás, estes dois órgãos, aumentam mesmo o seu peso relativo face a 2017, acumulando 82,7 % do total de

divulgações de sondagens identificadas na televisão (59,1 %, SIC Notícias, e 23,6 %, CMTV). Em terceiro lugar surge a generalista SIC com 10,6 % do total das divulgações de sondagens realizadas na televisão em 2018 e o canal temático informativo RTP3 com 4,2 % (v. Fig. 16).

Fig.16 – Principais órgãos de televisão em número de peças noticiosas (2017 e 2018)

Suporte (OCS)	2017		2018	
	Nº de peças	%	Nº de peças	%
SIC Notícias	226	40,8	140	59,1
CMTV	108	19,5	56	23,6
SIC	62	11,2	25	10,6
RTP3	75	13,5	10	4,2
RTP1	30	5,4	3	1,3
Porto Canal			2	0,8
RTP2	4	0,7	1	0,4
Outros OCS	49	8,9	--	--
Total	554	100,0	237	100,0

Total de divulgações identificadas na televisão – N= 554 (2017) N= 237 (2018).

4.6 Rádio

O número de difusões de sondagens radiofónicas, em 2018, diminuiu de forma abrupta quando comparado com os dois anos precedentes (7 em 2018 face às 124 e 123 identificadas em 2016 e 2017, respetivamente). Como atrás já se avançou, esta queda estará relacionada não só com o facto de não se terem constituído estações de rádio como clientes de sondagens em 2018, como também com a grande diminuição no número de depósitos de sondagens, ao que se deve somar a dificuldade acrescida na identificação das divulgações de sondagens emitidas pelas rádios locais face às rádios nacionais. Possuindo os números das divulgações identificadas em rádio valores marginais, importa apenas sublinhar que foram identificadas divulgações para a TSF, Rádio Renascença e Antena 1 (v. Fig 17).

Fig.17 – Órgãos divulgadores na rádio, em número de peças noticiosas (2017 e 2018)

Suporte (OCS)	2017		2018	
	Nº de peças	%	Nº de peças	%
TSF	47	38,2	4	--
Rádio Renascença	3	2,4	2	--
Antena 1	67	54,5	1	--
Rádio Comercial	3	2,4	--	--
Rádio Nova	2	1,6	--	--
Rádio AV FM	1	0,8	--	--
Total	123	100,0	7	

Total de divulgações identificadas na rádio – N=123 (2017); N=7 (2018).

4.7 Internet

A observação e recolha das divulgações de sondagens em órgãos de comunicação social de natureza ou suporte eletrónico permitiu recolher em 2018 um total de 222 peças noticiosas, valor substancialmente inferior ao número de peças recolhidas em 2017 (554). No entanto, este valor é suficiente para manter a internet, logo a seguir à televisão, como um dos suportes com maior número de divulgações de sondagens.

A divulgação de sondagens através de blogues 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 2017 e 2018, a sua importância seja muito reduzida (1,6 % e 1,4 %, respetivamente), para efeitos comparativos com os anos em que ocorrem eleições legislativas ou presidenciais.

Em paralelismo com os principais divulgadores na imprensa, o Jornal de Negócios, o Expresso e o Correio da Manhã, foram identificados, pela mesma ordem, como os principais divulgadores de sondagens *online* (14,0 %, 13,5 % e 7,2 %, do total de divulgações identificadas, respetivamente). Seguem-se o Observador (6,8 %), o Sábado, o portal zap.aeiou.pt e o jornal *online* Notícias ao Minuto (cada um destes últimos três com 4,5% do total de divulgações identificadas em 2018) (v. Fig. 18).

Fig.18 – Principais divulgadores na internet, em número de peças noticiosas (2017 e 2018)

Suporte (OCS)	2017		2018	
	Nº de peças	%	Nº de peças	%
Jornal de Negócios	37	6,7	31	14,0
Expresso	69	12,5	30	13,5
Correio da Manhã	16	2,9	16	7,2
Observador	45	8,1	15	6,8
Sábado	26	4,7	10	4,5
http://zap.aeiou.pt/	15	2,7	10	4,5
Notícias ao Minuto	39	7	10	4,5
http://pt.msn.com/	29	5,2	9	4,1
JM-Madeira	8	1,4	9	4,1
DN Madeira	21	3,8	8	3,6
ECO - Economia Online	11	2	7	3,2
SIC Notícias	24	4,3	7	3,2
Paivense	-	-	5	2,3
Outros órgãos de imprensa com menos de 5 divulgações identificadas em 2018	205	24,9	52	23,4
Subtotal	545	98,4	219	98,6
Outros divulgadores (natureza e plataformas não OCS)	Nº de peças	%	Nº de peças	%
Blogs/Redes sociais	9	1,6	3	1,4
Total	554	100,0	222	100,0

Estão registados os órgãos com mais de 5 divulgações em 2018.

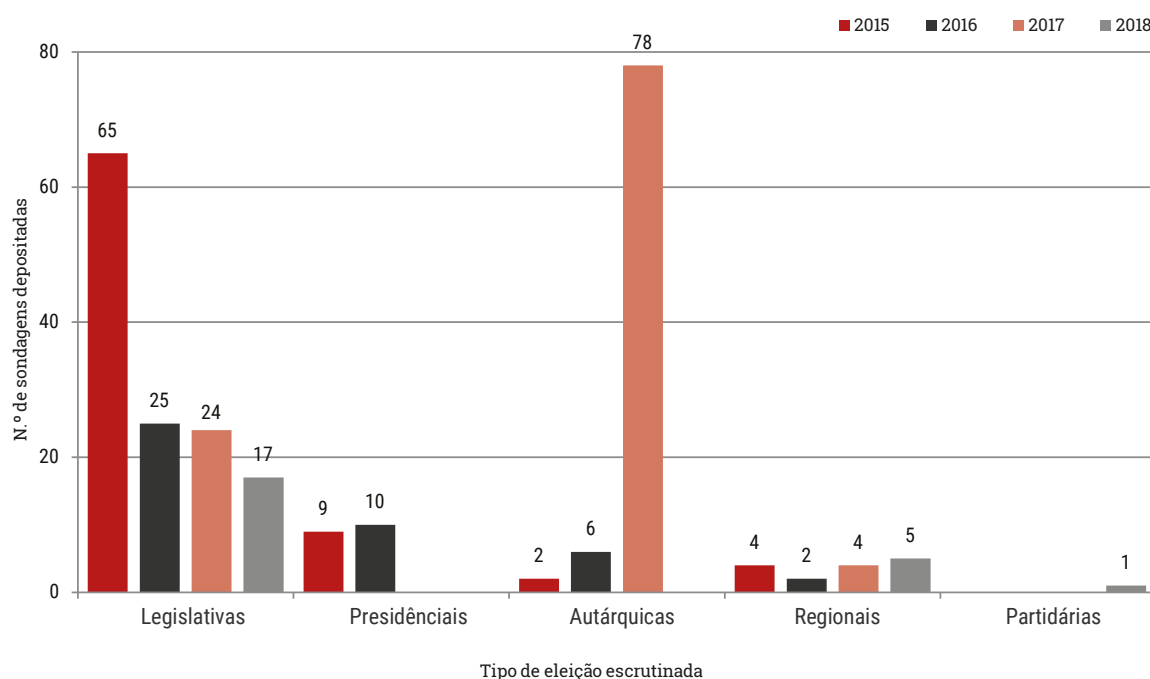
Total de divulgações identificadas na internet – N=554 (2017); N= 222 (2018).

5. OS ESTUDOS ELEITORAIS EM 2018

5.1 Características

A recolha da intenção e do sentido do voto dos eleitores foi objeto em 23 das 27 sondagens depositadas em 2018 (85,2 %), proporção ligeiramente inferior à apurada em 2015, 2016 e 2017 (89,0 %, 90,8 % e 88,3 %, respetivamente) (v. Fig. 19).

Fig.19 – Número de sondagens depositadas, por tipo de intenção de voto estudada (2015, 2016, 2017 e 2018)



Total de depósitos: N=82 (2015); N=47 (2016); N=120 (2017); N=27 (2018).

A análise evolutiva dos depósitos por tipo de eleição perscrutada permite observar que, em 2018, o acompanhamento do voto legislativo, ordinariamente realizado mesmo fora de anos eleitorais para a Assembleia da República, motivou um número menor de estudos para divulgação face ao verificado nos anos precedentes (17 contra 24 e 25 em 2017 e 2016). Esta diminuição estará relacionada não só com a situação económica dos órgãos de comunicação social (as sondagens são um produto dispendioso e em 2017, fruto das eleições autárquicas, o investimento nesta rubrica foi muito grande), mas também com reposicionamentos das parcerias entre empresas de sondagens e órgãos ou grupos de órgãos de comunicação social. É assim esperada alguma reconfiguração do mercado dos estudos depositados para 2019, ano em que a produção de estudos eleitorais aumentará devido às eleições Europeias, Regionais da Madeira e Legislativas para a Assembleia da República.

Em 2018 foram depositadas em média 1,4 sondagens por mês com análise do voto legislativo.

A distribuição destas sondagens ao longo do ano foi muito homogénea, fruto da manutenção do barómetro político mensal realizado pela Aximage para divulgação pelo Correio da Manhã e pelo Jornal de Negócios e pela continuação do barómetro produzido pela Eurosondagem para a SIC e para o Expresso, ainda que a sua periodicidade tenha passado de mensal para bimestral em 2018.

No total, estas duas parcerias deram origem às 17 sondagens que perscrutaram o voto legislativo (v. Fig. 20). De salientar que a passagem do barómetro da Eurosondagem para bimestral deixou de possibilitar a comparação mensal

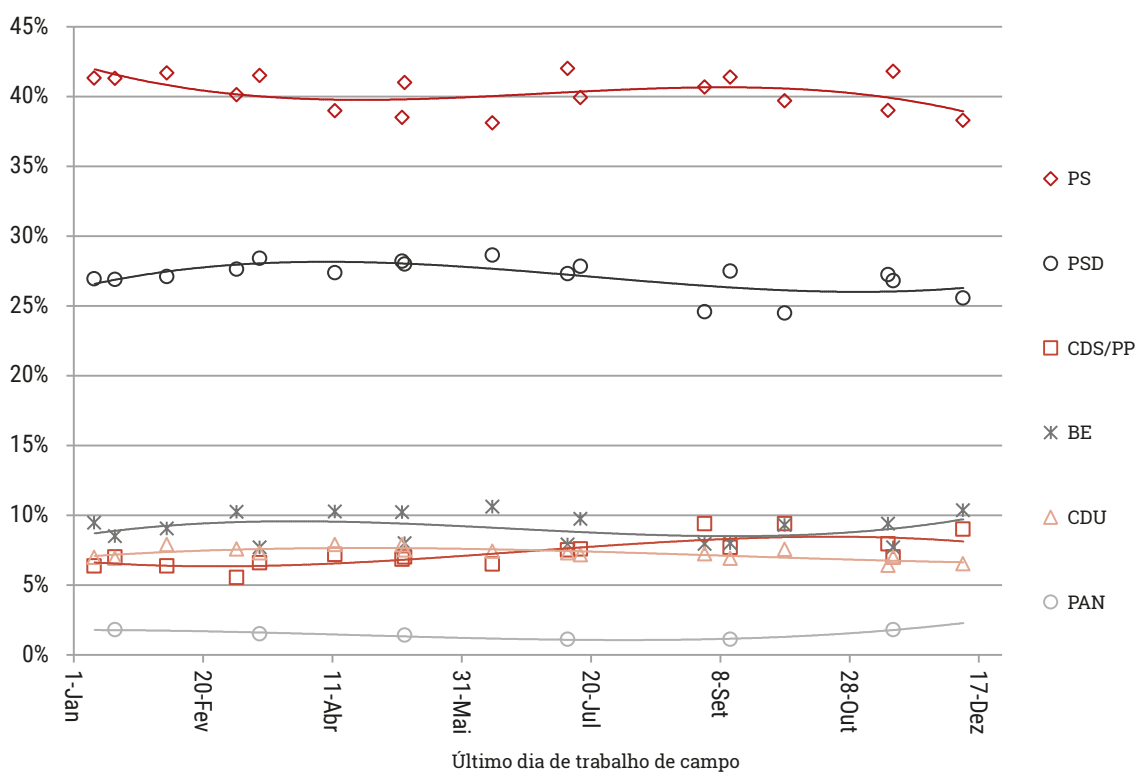
das intenções de voto de diferentes institutos, facto novo à luz do histórico de depósitos. Ainda assim, a produção regular deste barómetro nos meses de janeiro, março, maio, julho, setembro e novembro possibilitou algum pluralismo no que concerne à produção de estudos sobre voto legislativos. Em anos anteriores era normal encontrar-se, ainda que com diferente sazonalidade, quatro a cinco entidades a realizarem algum tipo de acompanhamento das intenções de voto legislativo para divulgação pública. Em países como França, Espanha e Inglaterra, por exemplo, existem meia dúzia ou mais de institutos a acompanhar regularmente este tipo de intenções de voto.

Do ponto de vista regulatório seria desejável o aumento do número de empresas a produzir sondagens sobre intenções de voto legislativo para divulgação pública, tanto para possibilitar o confronto de estudos, como para demonstrar e realçar o relativismo e real significado dos resultados dados a conhecer. Sobre este ponto importa sublinhar que podem existir variações nas projeções eleitorais de uma mesma sondagem sem que exista qualquer manipulação de dados, basta a aplicação de diferentes métodos de redistribuição de indecisos. Não por acaso, impõe a Lei das Sondagens que na divulgação de intenções de voto seja sempre indicado o método utilizado na redistribuição de indecisos, para permitir que os seus destinatários percebam os processos utilizados no cálculo das projeções.

De resto, diferenças nos resultados de sondagens distintas não são *a priori* indiciadoras de algo anormal, já que estas podem resultar, por exemplo, de datas de campo diversas e da adoção, por parte das empresas, de metodologias distintas (o chamado “efeito casa”).

Para a regulação, mais do que o número de sondagens produzidas, o que realmente importa é a existência de pluralismo na sua produção e a possibilidade do confronto dos resultados. Para 2019 são esperadas alterações, pelas dinâmicas que o próprio calendário eleitoral desencadeará, que estimulem a produção de estudos sobre intenções de voto legislativo que resultem num maior pluralismo, tanto no domínio dos produtores de sondagens como no domínio dos seus contratantes / divulgadores.

Fig.20 – Tendência da evolução das intenções de voto legislativo em 2018



Depósitos de sondagens, com universo alvo de Portugal e Portugal Continental, que abordaram a intenção de voto em eleições legislativas: N=17 (2018). Os dados desta figura são projeções de intenção de voto onde se encontram excluídos os não votantes declarados e os indecisos e não respondentes.

6. PROCEDIMENTOS E DELIBERAÇÕES¹⁴⁵

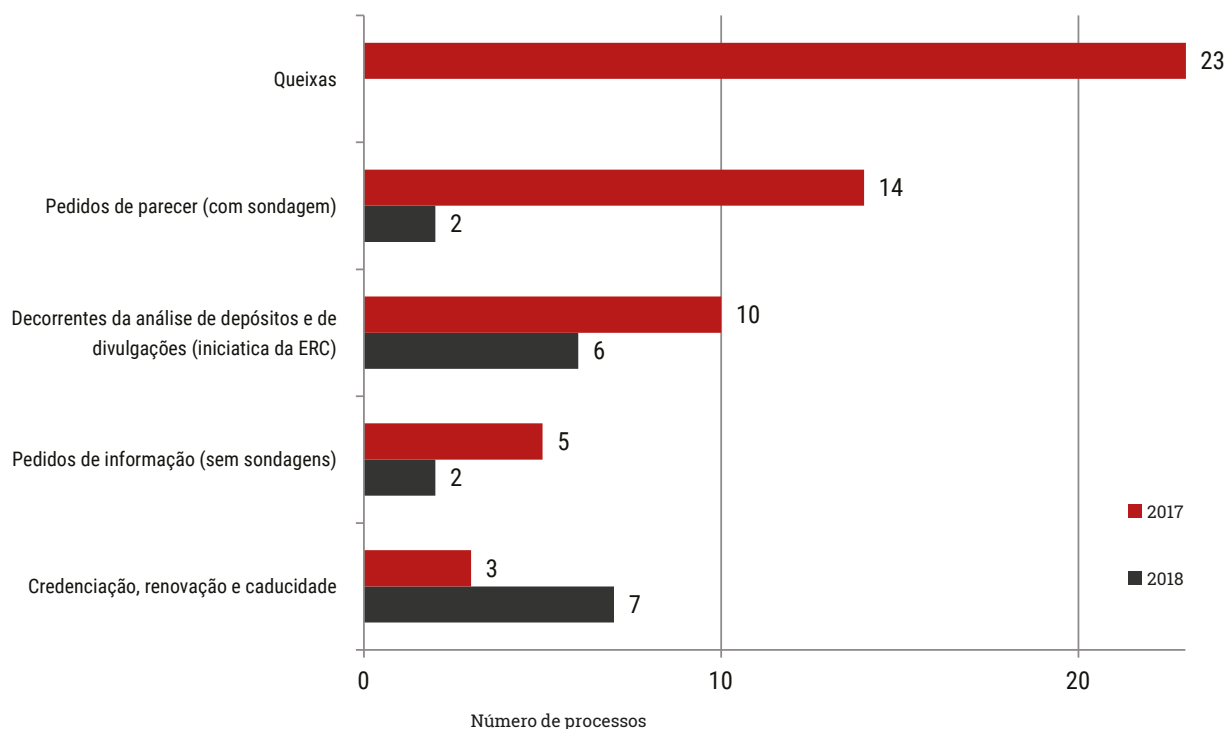
6.1 Número de procedimentos desencadeados e encerrados

Em 2018 foram desencadeados 17 processos relacionados com a realização e publicação de inquéritos e sondagens de opinião, o que representa um decréscimo de 69,1 % face ao ano anterior.

Esta diminuição no número de processos espelha, além do abrandamento e contração que se tem verificado desde 2012 no setor dos estudos publicados, o impacto do calendário eleitoral na atividade das sondagens, associando-se muito maior atividade (de depósitos, de divulgações e de queixas) às eleições autárquicas, ocorridas em 2017, do que às eleições de outra natureza (legislativas, presidenciais, europeias, regionais, locais, partidárias, etc.). Aliás, em 2018 o único escrutínio eleitoral ocorrido e com relevância em matéria das sondagens políticas divulgadas (eleição para a liderança do PSD) ocorreu ainda dentro da primeira quinzena do ano (13 de janeiro).

Quanto ao tipo de procedimentos desencadeados, a maioria teve origem em pedidos de “credenciação, renovação ou caducidade” das licenças para a realização de sondagens (sete, contra apenas três no ano transato). Seguem-se os processos oficiosos “Decorrentes da análise dos depósitos e divulgações” de sondagens (6), os processos impulsionados por “Pedidos de parecer sobre sondagens” (2) e os procedimentos que decorreram de “Pedidos de informação” relacionados com as regras aplicáveis aos estudos de opinião (2) (v. Fig. 21).

Fig. 21– Número de Processos desencadeados (2017 e 2018)



Processos desencadeados no âmbito das sondagens: N=55 (2017); N=17 (2018).

¹⁴⁵ A análise envolve o conjunto de averiguações desencadeadas ou finalizadas na ERC em 2017 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.

Foram encerrados, em 2018, um total de 31 procedimentos, dos quais 14 foram desencadeados no próprio ano, igual número (14) transitado de 2017, dois iniciados em 2016 e um em 2014 (v. Fig. 22). De salientar que os processos mais antigos, com trânsito dos anos de 2014 e 2016, são principalmente de natureza contraordenacional. Os procedimentos resultantes de “Queixas” foram o tipo de processos encerrados mais registado (13 no total, dos quais 12 transitados de 2017 e com ligação às eleições autárquicas verificadas nesse ano). A taxa de conclusão dos processos iniciados no próprio ano fixou-se em 82 %.

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.

Fig.22 – Processos encerrados em 2018 por tipo e ano de abertura

ANO	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Credenciação, renovação e caducidade				1	6	
Queixas			1	12		
Contraordenações	1		1			
Pedidos de informação (sem sondagens)						
Decorrentes da análise de depósitos e de divulgações (iniciativa da ERC)					3	
Pedidos de parecer (com sondagem)				1	5	
Total	1		2	14	14	31

7. 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; E-mail - 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 2018)

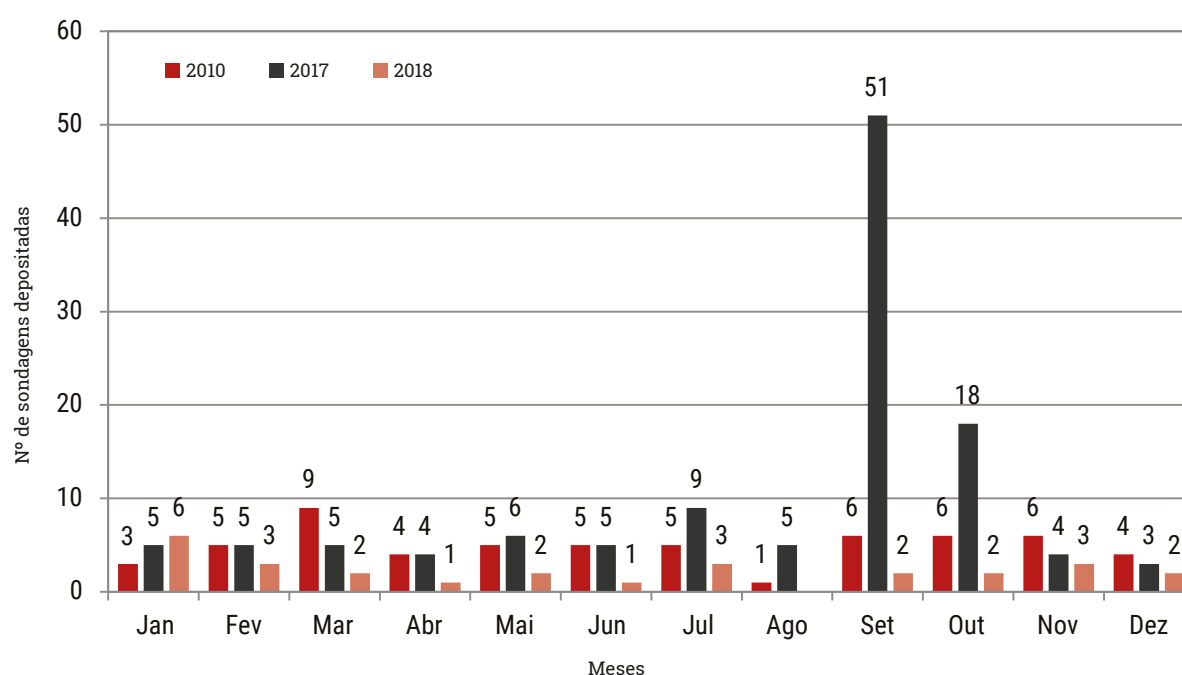
Ranking de depósitos por ano e empresa	1º	2º	3º	4º	5º	Acumulado das 5 empresas com mais depósitos	% em relação ao total de depósitos	Depósitos das restantes empresas	N.º de empresas com sondagens depositadas
2018	Eurosondagem 14	Aximage 12	Intercampus 1			27	100	0	3
2017	Eurosondagem 48	Aximage 18	UCP 16	IPOM 15	Comsulmark2 10	107	89,2%	13	9
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	GTripló 3	74	90,2%	8	11
2014	Eurosondagem 26	Aximage 17	Pitagórica 6	UCP 5	Intercampus 1 ¹⁴⁶	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 5 ¹⁴⁷	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); N=120 (2017); N=27 (2018).

¹⁴⁶ 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.

¹⁴⁷ Domp e Gtripló também fizeram cinco depósitos em 2008. O destaque dado à UCP no top das cinco foi determinada pelo volume do seu histórico.

Fig. A2 – Depósitos de sondagens por mês (2010, 2017 e 2018)

Total de depósitos N=59 (2010); N=120 (2017); N=27 (2018).

Fig. A3 – Clientes registados nas sondagens depositadas (2018)

Tipo de cliente	Clientes de sondagens	n	Tipo de cliente	Clientes de sondagens	n
Credenciação, renovação e caducidade	Correio da Manhã	12	OCS Regionais (8,9% do total)	Diário de Notícias da Madeira	3
				JM-Madeira	1
				Fernando Teixeira	2
	Jornal de Negócios	12	Partidos e Forças Políticas (4,4% do total)	24 Julho - Relações Públicas, S.A.	1
				Expresso	7
	SIC	6	Outros (2%)	José Emanuel Bento dos Santos	1

Total de clientes distintos N=9 (2018); Total de depósitos N=27 (2018);

Total de clientes referenciados em depósitos N=45 (2018).

Fig. A4 – Principais temas abordados pelas sondagens em 2018

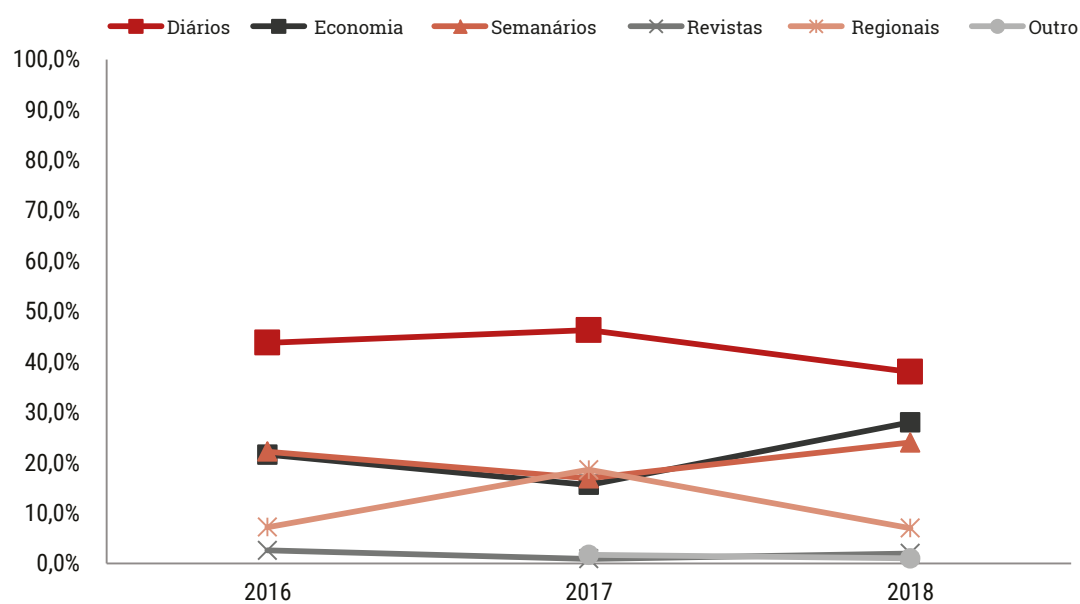
Grupos temáticos	Depósitos		Temas	Depósitos	
	N	%		N	%
Grupo 1 - Atividade dos órgãos constitucionais e dos seus representantes	19	70,4%	Governo	16	59,3%
			Presidência da República	5	18,5%
			Outros órgãos constitucionais	4	14,8%
			Órgãos de poder local	3	11,1%
			Assembleia da República	2	7,4%
			Órgãos de poder regional	1	3,7%
Grupo 2 - Competências e organização dos órgãos constitucionais e dos seus representantes	8	29,6%	Assembleia da República	5	18,5%
			Governo	4	14,8%
			Presidente da República	1	3,7%
			Outros órgãos constitucionais	1	3,7%
Grupo 3 - Avaliação dos órgãos e atores políticos	19	70,4%	Governo	19	70,4%
			Partidos Políticos e Forças Políticas	16	59,3%
			Presidência da República	16	59,3%
			Assembleia da República	7	25,9%
			Tribunais	7	25,9%
			PGR	6	22,2%
			Outros órgãos constitucionais	2	7,4%
Grupo 4 - Atividades e organização dos partidos políticos	19	70,4%	Atividades dos partidos políticos	16	59,3%
			Funcionamento e organização interna	7	25,9%
Grupo 5 - Intenção e sentido do voto	24	88,9%	Órgãos Constitucionais	22	81,5%
			Comportamento eleitoral	3	11,1%
			Partidos Políticos e Forças Políticas	1	3,7%
Grupo 6 - Cenários e representações relacionadas com escrutínios	10	37,0%	Cenários Pós-Eleitorais	4	14,8%
			Eleições partidárias	2	7,4%
			Perfil de titulares de OCS, PP e FP	3	11,1%
			Antecipação de eleições	1	3,7%
			Expectativas eleitorais	1	3,7%
			Previsão de resultados eleitorais	1	3,7%
			Simpatia/proximidade partidária	1	3,7%
Grupo 7 - Sistema político	1	3,7%	Avaliação de regimes políticos	1	3,7%

Grupo 8 - Outros temas relacionados com órgãos constitucionais	6	22,2%	Economia, Finanças e Negócios	3	11,11%
			Ordem interna (inclui forças policiais, proteção civil, etc.)	3	11,11%
			Relações laborais	3	11,11%
			Educação	2	7,41%
			Assuntos da União Europeia	1	3,70%
			Energia e Meio ambiente	1	3,70%
			Eutanásia	1	3,70%
			Grupos minoritários	1	3,70%
			População	1	3,70%
			Terrorismo	1	3,70%
			Outras abordagens	1	3,70%
Grupo 9 - Temas dos estudos que não estão no âmbito da Lei das Sondagens	6	22,2%	Fora do âmbito da Lei das Sondagens	6	22,2%

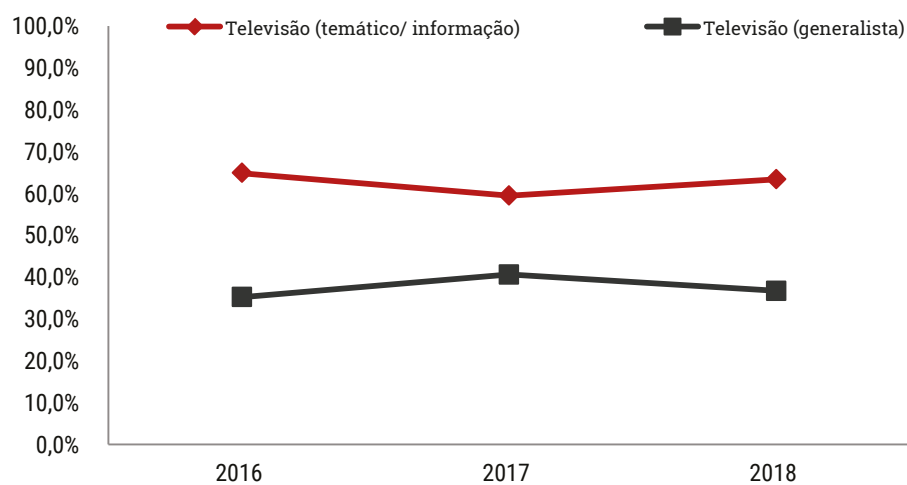
Fig. A5 – Ranking das dez sondagens mais divulgadas em 2018

Nome	Entidade Responsável	N.º de divulgações	N.º de divulgadores	N.º de dias em divulgação	Objeto principal	Data do depósito	N.º depósito
Barómetro Político de Março de 2018	Eurosondagem	63	14	13	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.	15-03-2018	2018011
Barómetro Político de Janeiro de 2018	Eurosondagem	54	14	9	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.	18-01-2018	2018005
Barómetro Político de Novembro de 2018	Eurosondagem	53	16	14	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.	15-11-2018	2018024
Barómetro Político de Novembro 2018	Aximage	47	15	9	Intenção de voto legislativo, avaliação dos líderes partidários, Preferência para Primeiro – Ministro, expectativas em relação ao governo, Notoriedade dos Ministros, Melhor e Pior Ministro, Avaliação da atuação do Presidente da República.	14-11-2018	2018023

Barómetro Político de Setembro de 2018	Eurosondagem	41	8	5	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.	13-09-2018	2018020
Barómetro Político de Julho 2018	Aximage	37	11	14	Intenção de voto legislativo, avaliação dos líderes partidários, Preferência para Primeiro – Ministro, expectativas em relação ao governo, Notoriedade dos Ministros, Melhor e Pior Ministro, Avaliação da atuação do Presidente da República.	19-07-2018	2018017
Barómetro Político de Junho 2018	Aximage	36	17	7	Intenção de voto legislativo, avaliação dos líderes partidários, Preferência para Primeiro – Ministro, expectativas em relação ao governo, Notoriedade dos Ministros, Melhor e Pior Ministro, Avaliação da atuação do Presidente da República.	14-06-2018	2018015
Barómetro Político de Julho de 2018	Eurosondagem	35	10	13	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.	12-07-2018	2018016
Barómetro Político de Setembro 2018	Aximage	32	17	9	Intenção de voto legislativo, avaliação dos líderes partidários, Preferência para Primeiro – Ministro, expectativas em relação ao governo, Notoriedade dos Ministros, Melhor e Pior Ministro, Avaliação da atuação do Presidente da República.	04-09-2018	2018019
Barómetro Político de Dezembro 2018	Aximage	31	14	12	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.	13-12-2018	2018026

Fig. A6 – Número de peças noticiosas segundo o tipo de órgão de imprensa (2016, 2017 e 2018)

Total de divulgações identificadas na imprensa – N= 153(2016); N= 231 (2017); N= 191 (2018).

Fig. A7 – Número de peças noticiosas segundo o tipo de televisão (2016, 2017 e 2018)

Total de divulgações identificadas na televisão – N= 571 (2016); N= 554 (2017) N= 237 (2018).

ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DO SETOR DE *MEDIA* EM PORTUGAL - 2018

1. VISÃO GLOBAL

O presente relatório económico-financeiro sobre o setor da comunicação social português em 2018 pretende mostrar uma fotografia fidedigna do universo de regulados da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), tanto numa base agregada como 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, das fontes de receita, e da rentabilidade e solidez das empresas de comunicação social. São também apresentados os principais eventos e tendências evidentes durante 2018, 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 existente, mantendo a uniformidade dos parâmetros em análise, por forma a facilitar comparações.

A análise financeira realizada mostrou que, em 2018, a rentabilidade da componente operacional e da atividade global das empresas foi positiva no universo de casos analisados. No entanto, dada a pequena dimensão da amostra, conclusões setoriais mais detalhadas apenas serão avançadas na atualização deste estudo, a desenvolver com informação obtida mediante acesso a um conjunto mais alargado de Relatórios e Contas e aos dados relativos ao ano transato reportados no Portal da Transparência. O Portal da Transparência coleciona informação financeira ao abrigo da Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, e do Regulamento n.º 348/2016, de 1 de abril de 2016, sendo o prazo máximo de reporte de informação, relativa a 2018, 31 de maio de 2019.

São vários os desafios com que se deparam as empresas de comunicação social, resultado da consolidação de novas formas de consumo e distribuição de conteúdos suportadas pelo desenvolvimento da infraestrutura digital, fixa, móvel e convergente, e das novas tecnologias *over-the-top* (OTT). No panorama internacional, assiste-se ao aparecimento de um número crescente de empresas de distribuição de televisão, tecnológicas que pretendem não só fornecer serviços de *media*, como ser proprietárias exclusivas de conteúdos.

A dispersão da publicidade, nomeadamente na internet e a redução do seu preço mantém-se uma tendência setorial, há vários anos, e afeta diretamente uma das principais fontes de receita dos órgãos de comunicação social. Esta dispersão reflete, por um lado, a escala da internet e a maior alocação de gastos com publicidade às diversas plataformas *online* e, por outro, a discricionariedade, também maior, do lado do utilizador, na escolha do consumo de conteúdos.

O espaço digital criou também condições para a entrada de novos intervenientes, quer a nível de produção de conteúdos, quer a nível de distribuição, como as ofertas *over-the-top*, a influenciarem tanto a quantidade como o preço de venda de conteúdos, produções e canais. Já em 2019, até a Apple anunciou um conjunto de iniciativas de distribuição e produção de conteúdos *media*.

A aquisição de conteúdos exclusivos tem sido vista como um fator diferenciador da oferta de serviços, seja por via da aquisição de direitos de transmissão de eventos importantes, como por exemplo os desportivos, seja por via da aquisição de empresas de conteúdos. Os preços pagos são elevados, o que é claro quando se observam os custos

anuais com conteúdos incorridos pelas empresas face às receitas geradas, os passivos dentro e fora do balanço que geram e os múltiplos financeiros envolvidos nas recentes operações de fusões e aquisições internacionais.

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 e no pluralismo do país.

Todos estes aspetos são tratados com maior detalhe no presente estudo.

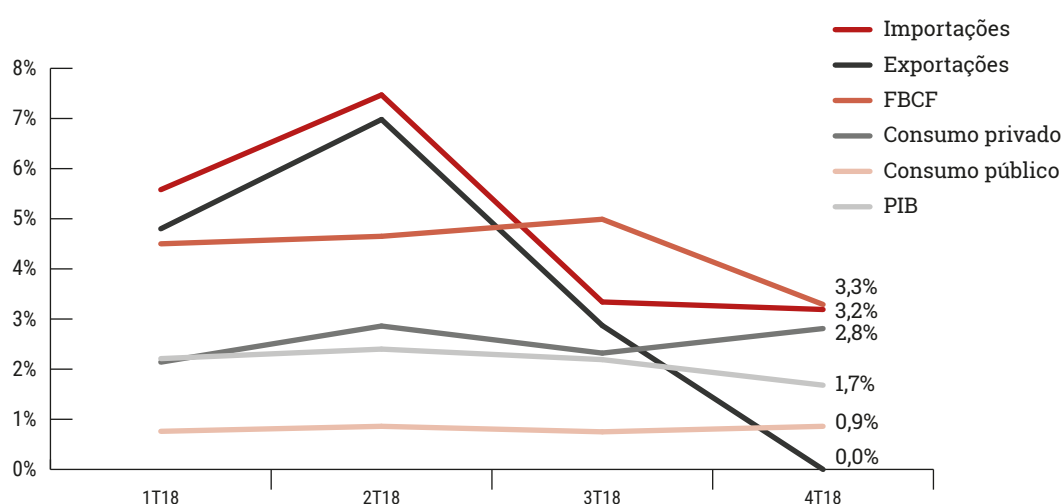
2. ENQUADRAMENTO MACROECONÓMICO E TENDÊNCIAS SETORIAIS

2018 voltou a ser um ano de crescimento para a economia portuguesa, embora com uma clara tendência de desaceleração, tanto face a 2017 como ao longo dos quatro trimestres do ano.

De acordo com os dados do Eurostat, o crescimento do produto interno bruto manteve-se positivo em todos os trimestres de 2018, tendo iniciado o primeiro trimestre com um crescimento homólogo de 2,2 %, para finalizar o quarto trimestre com um crescimento de 1,7 %. Na zona Euro a tendência foi semelhante, com o crescimento homólogo no primeiro trimestre do ano a situar-se nos 2,4 %, para encerrar o último trimestre de 2018 com uma taxa de crescimento de 1,1 %.

No caso português, o desempenho foi explicado pela desaceleração do investimento privado e da procura externa, não totalmente compensado por um consumo privado mais dinâmico, no último trimestre do ano. O setor exportador de bens apresentou uma contração de 1,1 %, no último trimestre, compensada pela ligeira aceleração das exportações de serviços, ainda que a um ritmo inferior ao dos dois primeiros trimestres do ano. O lado importador compensou o impacto negativo do exportador, com uma desaceleração das importações de bens e serviços. Na Zona Euro, o consumo privado desacelerou mais acentuadamente que em Portugal e o investimento e o setor externo, tanto exportador como importador, desaceleraram menos acentuadamente que em Portugal (Figura 1).

Fig. 1 - O PIB português desacelerou em 2018 - Taxas de Crescimento Homólogas



Fonte: Eurostat. Elaboração ERC. *Chain linked volumes, index 2010=100*. Dados ajustados a sazonalidade e calendário. Extraídos a 12 de março de 2019.

Apesar disso, a taxa de desemprego continuou em trajetória descendente, apresentando uma média anual de 7 %, valor bastante inferior ao registado na Zona Euro e o mais baixo desde 2002. Por outro lado, a inflação portuguesa

desacelerou, com o índice harmonizado a atingir 1,2 % de variação homóloga média anual, face a 1,6 % em 2017, em linha com a tendência da Zona Euro.

Semelhante ao panorama dos últimos anos, em termos agregados, a concessão de crédito portuguesa contraiu-se durante 2018, embora menos que nos anos anteriores, principalmente por via da contração do crédito concedido a empresas privadas. O custo de obtenção de financiamento manteve a trajetória descendente, reflexo da política monetária ultra expansionista adotada pelo Banco Central Europeu e da melhoria do perfil de risco do país, expressa na subida da classificação de *rating* para grau de investimento da Moody's e S&P. O crédito malparado em proporção do crédito concedido aumentou ligeiramente face a 2017, invertendo a trajetória dos últimos anos.

A balança de transações correntes saldou-se negativa, resultado do agravamento do défice da balança comercial, que em 2018 foi superior ao excedente crescente da balança de serviços. O investimento estrangeiro direto líquido também fechou o ano negativo, embora menos que no ano anterior, e mais uma vez foi compensado por investimentos em ativos financeiros. Isto significa que entrou dinheiro na economia portuguesa destinado ao investimento em títulos, vindo do exterior, mas o investimento estrangeiro em ativos fixos diminuiu.

O endividamento total do setor não financeiro, em percentagem do PIB, voltou a apresentar, em 2018, uma trajetória descendente, patente em todos os seus componentes, e atingiu os 357 %, ainda assim um nível bastante elevado. O setor público não financeiro, com um endividamento correspondente a 158 % do PIB, e as empresas privadas, com 128,4 %, são as maiores fatias do endividamento, seguidas pelos particulares, com 70,6 %. De salientar que a trajetória descendente dos vários indicadores de endividamento face ao PIB resulta, maioritariamente, do crescimento do PIB, em detrimento de uma redução efetiva nominal dos montantes de endividamento dos vários segmentos. O endividamento apenas desceu no segmento de empresas, tanto públicas como privadas, tendo aumentado nos particulares e restante setor público.

Relativamente às contas públicas, o saldo global do Estado apresentou uma melhoria, ao passar de um défice de 3 %, em 2017, para um défice de 0,5 %, em 2018. O saldo primário, indicador que reflete a sustentabilidade do endividamento, manteve excedentes consistentes, fechando o ano numa posição mais favorável que em 2017.

Em geral, pode concluir-se que o enquadramento económico em 2018 continuou favorável, apesar dos sinais de deterioração face a 2017, muito provavelmente influência de um panorama internacional mais desafiante.

O enquadramento macroeconómico tem uma influência relevante sobre o consumo de *media*, quer através de uma maior propensão à aquisição direta de produtos do setor, quer através de maiores gastos em publicidade por parte dos anunciantes.

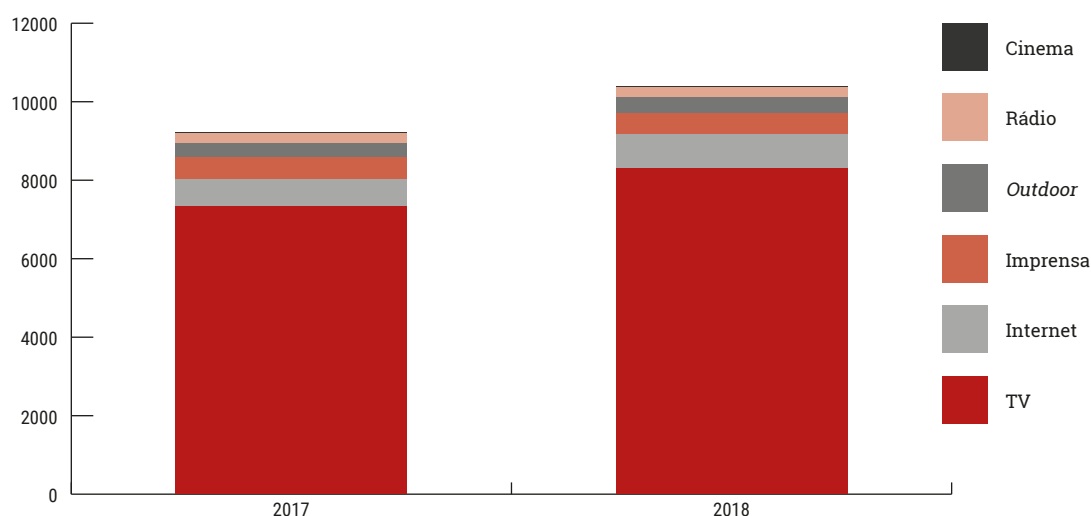
De acordo com as informações recolhidas pela Magna Global, em 2018, o mercado publicitário em Portugal cresceu 5,6 % e, globalmente 7,2 %. Em termos globais, o setor da publicidade está a crescer às taxas mais elevadas registadas desde 2010 e as segundas mais elevadas desde 2004, a refletir um enquadramento macroeconómico favorável na grande maioria das regiões do globo e o forte crescimento da publicidade digital, que continua a surpreender pela positiva.

A televisão, a nível global, é o *media* tradicional que, de acordo com a Magna Global, manteve capacidade de fixação de preços, enquanto a imprensa e a rádio estiveram estagnadas ou mesmo em declínio. O digital continuou a ganhar peso, e em 2018, representou 46 % do mercado de publicidade global, contra 44 % em 2017.

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 2018, com o crescimento de 5,6 % face a 2017, atingiu cerca de 562 milhões de euros, a preços reais. Deste valor, os grupos Cofina, Impresa, Media Capital e RTP detiveram cerca de 285 milhões de euros, ou seja, 50%.

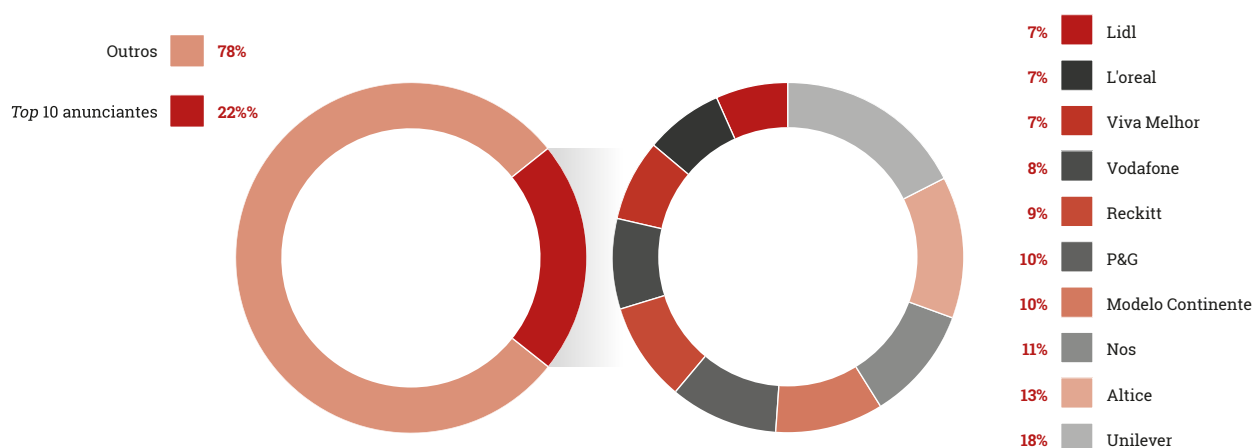
Ao observar os dados disponíveis a preços de tabela, constata-se que as tendências de 2017 se mantiveram em 2018. De acordo com os números da MediaMonitor, todos os segmentos de publicidade cresceram, com exceção da imprensa. A internet foi o segmento com taxas de crescimento mais elevadas, seguido de perto pelo cinema, embora com uma base baixa, e pela televisão, o segmento dominante em termos de dimensão (Figura 2).

Fig. 2 - Mercado publicitário em crescimento



Fonte: Dados MediaMonitor, "Relatório e Contas Público 2018". Elaboração ERC.

Relativamente aos maiores anunciantes em Portugal, e novamente a preços de tabela da Media Monitor, no total do mercado publicitário de TV, rádio, imprensa, *outdoor*, cinema e internet, a Unilever-Jerónimo Martins foi o maior anunciante no ano e a Altice (MEO) o segundo, tal como no ano anterior. Os dez maiores anunciantes foram responsáveis por 22 % dos montantes globais aplicados (Figura 3).

Fig. 3 - Alguma concentração de anunciantes

Fonte: Media Monitor, Meios & Publicidade. Elaboração ERC. Preços de tabela.

Ao comparar os dados a preços de tabela com os dados a preços reais, é possível aferir as diferenças de preços praticados nos vários segmentos e a elevada dimensão dos descontos praticados, sem alterar a conclusão de que a televisão continuou a ser o canal publicitário preferido dos anunciantes em Portugal.

A diferença entre os preços de publicidade em tabela e os preços efetivamente cobrados continuou abismal. Sendo o mercado publicitário avaliado a preços reais, de cerca de 562 milhões de euros, e estimando a Media Monitor que, a preços de tabela, o mercado publicitário atingiu os 10401 milhões de euros em 2018, estamos perante descontos de cerca de 95 %, em média.

Outra fonte de receitas relevante no setor é a circulação de publicações, revistas ou jornais.

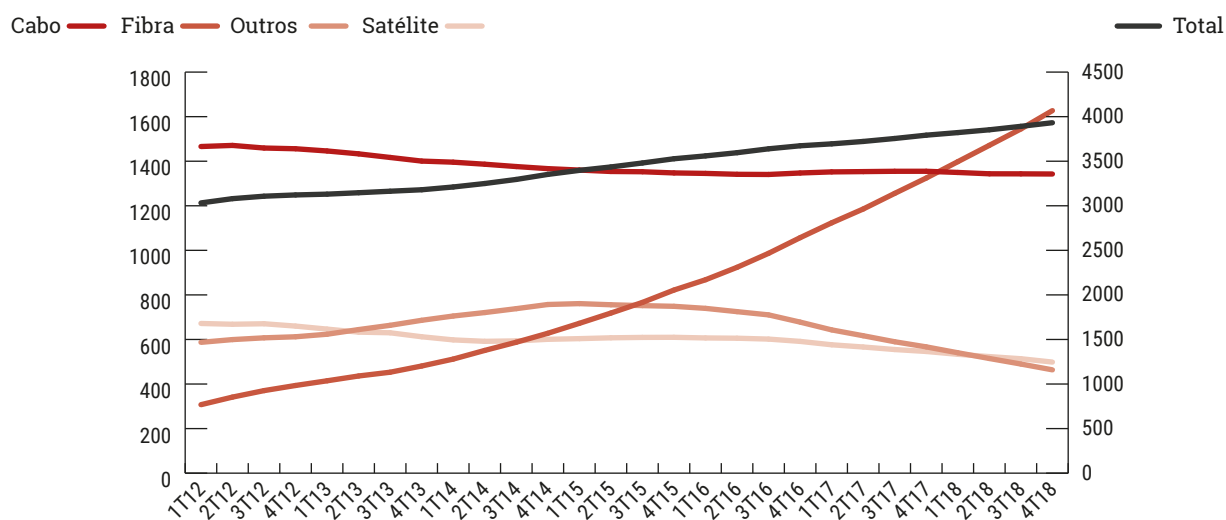
Apesar da dificuldade em estimar as receitas agregadas, através da análise dos dados de tiragem e circulação disponibilizados pela APCT – Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação – constata-se que tanto a tiragem como a circulação de publicações em Portugal apresentaram uma estabilização durante 2018, um enquadramento bastante mais favorável que o registado nos últimos anos. A tiragem média total cresceu 0,12 % e a circulação 0,01 %. Ao considerarem-se apenas publicações com periodicidade entre diária e bimensal, os indicadores médios apresentaram quebras na área dos 6-7 %, bastante abaixo das taxas negativas “duplo dígito” dos anos anteriores. Inclusivamente, em 2018, as taxas de crescimento da circulação média das publicações mensais e semanais registadas na APCT foram positivas. Um ambiente económico favorável, a par da crescente consciencialização acerca do aumento de ritmo de disseminação de notícias falsas e conseqüente procura de fontes de informação fidedignas, podem ser explicações.

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 representam um custo para um outro segmento de regulados da ERC – os operadores de distribuição de televisão por subscrição (STVS).

Um estudo realizado pela Autoridade Nacional de Comunicações (Anacom) mostra que o total de assinantes do serviço de televisão por subscrição (STVS) continuou a aumentar em 2018, mesmo que a um ritmo inferior aos anos

anteriores, e atingiu 3,9 milhões, no final do primeiro semestre do ano (Figura 4), impulsionado sobretudo pela oferta de fibra (FTTH). 96,1 % dos assinantes dispunham do serviço integrado em pacotes de telecomunicações.

Fig. 4 - Crescimento consistente do número de assinantes de STVS



Fonte: Dados Anacom. Elaboração ERC.

O grupo NOS continuou a ser o principal operador do STVS, com uma quota de assinantes de cerca de 41,9 %, no primeiro semestre de 2018, em queda face aos 42,6 % de 2017 e 43,3 % do primeiro semestre de 2017. A MEO, a Vodafone e a NOWO apresentaram quotas de 38,9 %, 14,7 % e 4,4 %, respetivamente, face a 38,3 %, 13,5 % e 4,7 % no primeiro semestre de 2017. A MEO foi o prestador que, em termos líquidos, captou mais assinantes no primeiro semestre de 2018, em comparação homóloga.

De acordo com o “Barómetro de Telecomunicações da Markttest-Rede Fixa”, cerca de 78,4 % dos lares com STVS dispunham de mais de 100 canais, no final do primeiro semestre de 2018, e 8,1 % dos indivíduos com dez ou mais anos tinham subscrito serviços de vídeo *streaming on demand* (i.e., Netflix, Fox Play, NPlay ou Amazon Prime Video), ambos em aceleração de crescimento.

Ainda de acordo com o “Barómetro de Telecomunicações da Markttest”, o nível de utilização das funcionalidades do STVS aumentou 1,2 %, no primeiro semestre de 2018, face ao período homólogo do ano anterior, verificando-se que 74,4 % dos assinantes utilizaram, pelo menos, uma das funcionalidades disponíveis. Cerca de 55,8 % dos assinantes do serviço de distribuição de sinais de TVS utilizaram gravações automáticas. Os canais em alta definição (HD) foram utilizados por 50,4 %, o guia de programação foi utilizado por 48,7 %, e as gravações manuais foram utilizadas por 42,1 % dos assinantes.

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, diminuem o alcance e a efetividade da publicidade transmitida pelos diversos canais de televisão, o que afeta negativamente a evolução das receitas das entidades que mais dependem da publicidade.

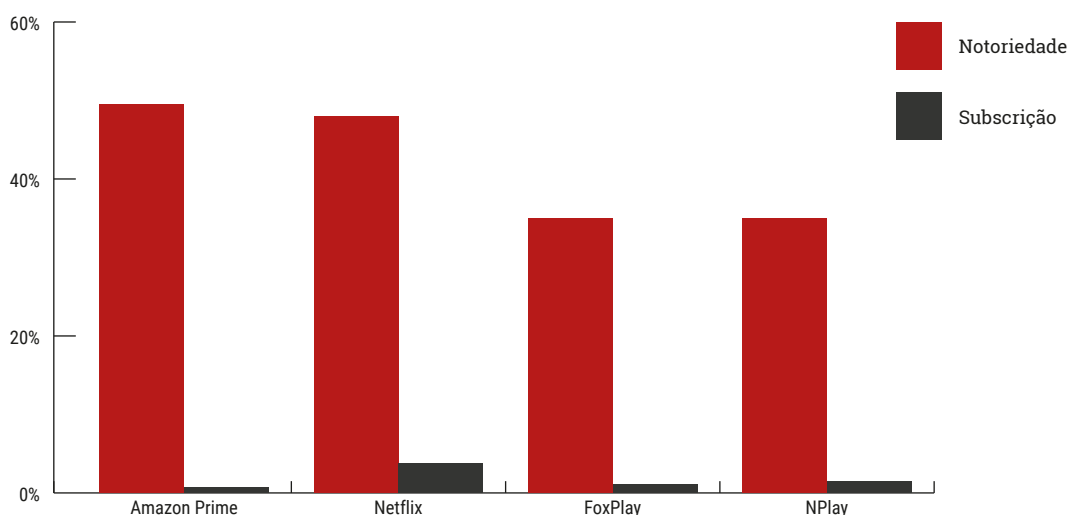
Existem outras linhas geradoras de receitas nas empresas de *media*, para além das supramencionadas, como a venda de conteúdos, serviços multimédia, eventos e marketing entre outras prestações de serviços. No caso dos grandes grupos económicos, os conglomerados *media*, estas continuaram a ter um contributo marginal para as receitas operacionais, mas em empresas de menor dimensão, podem representar importantes alternativas à publicidade. Os

dados constantes no Portal da Transparência da ERC sugerem que muitos órgãos de comunicação social regulados não têm como atividade principal a comunicação social, mas sim outra.

Especificamente em relação à venda de conteúdos, seja sob a forma de comissões de subscrição de canais, de direitos de transmissão ou de venda de produções, identificáveis nas demonstrações financeiras de algumas empresas de forma autónoma, 2018 foi um ano de contração na Impresa e Media Capital e de expansão na Cofina e RTP. O seu peso continuou relativamente modesto na estrutura de receitas destas empresas, variando entre os 8 % das receitas, no caso da RTP e Cofina, e os 21 %, no caso da Impresa.

Os OTT ainda apresentaram uma baixa penetração em Portugal, mas com tendência para aumentar. De acordo com o BTC da Marktest, no terceiro trimestre de 2017 (dados mais recentes), a percentagem de indivíduos com dez ou mais anos que subscreveu, pelo menos, um destes serviços (i.e. Netflix, NPlay6, FOXPlay e Amazon Prime Video) atingiu os 5,5 %, +2,3 pontos percentuais do que no período homólogo, sendo a notoriedade dos serviços bastante elevada (Figura 5).

Fig. 5 - Notoriedade e subscrição de serviços de videostreaming on demand com diferencial ainda material - Serviços OTT em Portugal no 3T17



Fonte: Dados Anacom - Serviços *over-the-top* (OTT): Utilização de *instant messaging*, chamadas de voz e outras aplicações *online* em Portugal e na U.E. Elaboração ERC.

Resta ainda salientar que, em 2018, a comunicação social recebeu subsídios públicos à atividade, semelhante ao que aconteceu em anos anteriores, de 1,2 milhões de euros destinados a meios de comunicação social regionais, ao que acrescem os fundos alocados à Agência Lusa, de cerca de 15,8 milhões de euros.

Neste enquadramento, as empresas de *media* continuam, e cada vez mais, a debater-se com uma alteração de paradigma ao nível da distribuição e consumo de conteúdos, nomeadamente face ao aumento da importância da STVS e da internet fixa e móvel, com efeitos diretos na evolução das fontes de receita de cada segmento de negócio. No entanto, constata-se uma melhoria do contexto setorial dos meios de comunicação social tradicionais, resultado de um enquadramento económico benigno e, provavelmente, do aumento da literacia mediática dos públicos, em face da rápida disseminação de notícias falsas e inerente perigo de populismo.

3. ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DO SETOR

A 31 de Dezembro de 2018 existiam ativas no seto, 1770 publicações periódicas, 267 empresas jornalísticas, 293 operadores de radiodifusão, 87 serviços de programas distribuídos exclusivamente pela internet, 25 operadores televisivos, nove operadores de distribuição de televisão (STVS) e uma empresa noticiosa registadas na ERC (Figura 6).

Fig. 6 - Setor estável em termos de número de intervenientes, com exceção da internet

	2017	2018	Var %
Publicações Periódicas	1783	1770	-0,7%
Empresas Noticiosas	1	1	0,0%
Operadores de Distribuição	9	9	0,0%
Operadores de Rádio	297	293	-1,3%
Operadores de Televisão	25	25	0,0%
Serviços de Programas Distribuídos Exclusivamente pela Internet	78	87	11,5%

Fonte: Base de dados de registos ERC.

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.

Estando ainda em fase de divulgação a informação financeira anual de 2018, quer em termos de relatórios anuais de prestação de contas detalhadas, quer em termos de informação inserida no Portal da Transparência (que coleciona informação financeira ao abrigo da Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, e do Regulamento n.º 348/2016, de 1 de abril de 2016, e cujo prazo máximo de reporte de informação é 31 de maio de 2019), optou-se, este ano, por realizar uma análise da atividade das empresas que tinham informação financeira disponível até dia 1 de maio de 2018. Estas são também as empresas de maior dimensão do setor, muitas delas com valores mobiliários cotados na bolsa de valores Euronext Lisboa, e por isso, com requisitos de divulgação de informação mais exigentes.

Posteriormente, será publicada uma atualização do presente estudo, onde se irá incluir, semelhante a anos anteriores, uma análise setorial e individual mais detalhada, abrangendo um maior número de empresas proprietárias de órgãos de comunicação social, bem como uma análise baseada na informação de 2018 inserida no Portal da Transparência. Esta última deverá incluir todos os intervenientes neste setor, altamente granular, especialmente no que diz respeito a publicações periódicas e operadores de rádio, e, por isso, dar uma panorâmica mais abrangente, embora menos incisiva, que a análise dos operadores de maior dimensão.

Partindo do segmento deste mercado que tem menos intervenientes, para o que tem mais intervenientes, constata-se que a agência Lusa continua a ser a única empresa registada como agência noticiosa na ERC, ou seja, cujo papel é, principalmente, reportar e difundir notícias. A agência Lusa é financiada pelo Estado português e, aparentemente, não existem empresas noticiosas privadas a operar em Portugal, de acordo com os registos do Regulador.

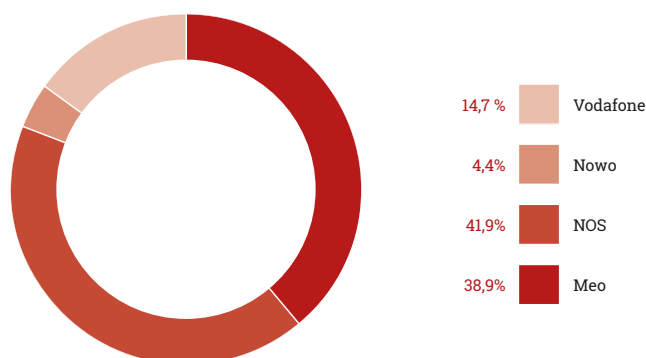
Seguem-se os operadores de distribuição, que apesar de totalizarem nove em número, em termos de quotas de mercado é clara a dominância de dois deles – MEO e NOS – bem como a posição de crescente relevância da Vodafone, o interveniente mais novo do segmento, seguido pela NOWO.

Não se pretende com isto dizer que o grau concorrencial é pequeno, uma vez que os maiores intervenientes apresentam quotas de mercado semelhantes (Figura 7). No entanto, as posições dominantes são visíveis, e o facto é que os preços dos serviços de telecomunicações, que em Portugal são oferecidos em sistema de *bundling* e incluem o segmento regulado pela ERC de STVS, são elevados face aos praticados na Europa.

Numa entrevista ao jornal Expresso, em março de 2019, o presidente da Anacom referiu, acerca deste tema, que o facto de existirem três operadores dominantes não se tem traduzido numa concorrência de preços, o que depende das estratégias comerciais seguidas, em que pode haver alinhamento das suas ofertas. Em vários países tem-se procurado romper com esta situação – que se aproxima de uma situação de cartelização, em que as empresas entre si têm o mercado dividido – recorrendo a um quarto operador.

Acrescenta que Portugal tem tido uma trajetória díspar de outros países europeus, ao nível dos preços das telecomunicações. Entre dezembro de 2009 e dezembro de 2018, os preços cresceram 12,5 % em Portugal, enquanto na média europeia desceram 2,9 %. Nos pacotes *triple play* (TV, fixo e *net*), os preços são superiores à média da união europeia, em função dos intervalos de velocidade, entre 19 % e 38 %.

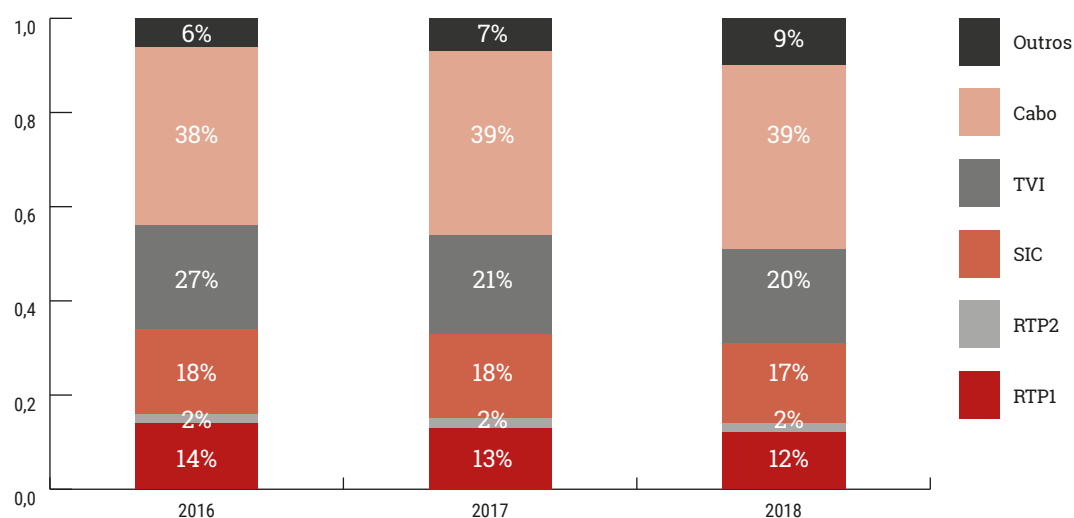
Fig. 7 - Mercado pouco fragmentado, mas (talvez) algo competitivo - Quotas de Mercado STVS 1S2018 - n.º Assinantes



Fonte: Anacom. Elaboração ERC.

À medida que a escala e a intensidade capitalística diminuem, o número de intervenientes nos segmentos do setor da comunicação social começa a aumentar (com exceção das agências noticiosas). Assim, em termos de operadores de televisão, o número de intervenientes manteve-se estável face a 2017, mas foi superior ao registado na distribuição.

Fig. 8 - Domínio dos canais generalistas e presença crescente do STVS - Evolução das Audiências Televisivas



Fonte: GfK/CAEM/Zapping TV. *A partir de 1/1/2017 a rubrica RTP2 passou a incluir RTP2 + RTP3 TDT + RTP Memória TDT. Live e VOSDAL. Elaboração ERC.

No segmento da rádio, apesar do elevado número de intervenientes, também existe concentração nos principais grupos económicos, embora, e de forma semelhante ao que acontece no segmento dos operadores de distribuição, os dois maiores tenham quotas de mercado semelhantes entre si (Figura 9). Em termos de comparações temporais constata-se que, face a 2017, tanto a audiência acumulada de véspera como o *reach* aumentaram.

Fig. 9 - Mercado dominado por grupos económicos conglomerados, apesar da granularidade de intervenientes

Audiências e <i>shares</i> Rádio - Dezembro 2018			
Grupo/Estação (Dez. 2018)	<i>Reach</i> semanal (%)	Audiência acumulada de véspera (%)	<i>Share</i> de audiência (%)
Total Rádio	81,8%	57,8%	100,0%
Grupo R/Com	50,0%	24,2%	35,9%
RFM	37,1%	16,5%	24,0%
Renascença	12,6%	4,8%	7,0%
Mega Hits	8,7%	3,1%	2,6%
R. Sim	2,1%	1,1%	2,3%
Grupo Media Capital	49,1%	24,6%	33,6%
R Comercial	36,9%	16,6%	21,4%
M80	16,0%	6,4%	8,6%
Cidade	8,9%	2,9%	2,4%
Smooth FM	2,1%	0,9%	0,9%
Vodafone FM	1,0%	0,4%	0,3%
Grupo RTP	13,4%	6,1%	9,3%
Antena 1	9,7%	4,4%	6,7%
Antena 3	3,7%	1,6%	2,0%
Antena 2	1,2%	0,4%	0,3%
TSF (Global Media Group)	7,3%	2,9%	3,2%
Outras estações	22,6%	8,9%	14,6%
Não sabe estação	4,6%	1,9%	3,4%
Universo	8 563 0501	8 563 501	8 563 501

Fonte: Markttest.

O segmento de publicações periódicas, o mais granular de todos e também aquele que há mais tempo está exposto à concorrência do digital, foi o que apresentou um decréscimo do número de intervenientes, a par dos operadores de rádio, embora 2018, também neste aspeto, pareça ter sido um ano de estabilização.

As quotas de mercado mantiveram-se próximas, mas em regra, tem permanecido, ao longo dos anos, uma publicação dominante, como por exemplo, em jornais diários, o Correio da Manhã, com uma quota da circulação média anual de 27 %, seguido pelo Jornal de Notícias, com 11%, ou, nos semanais, o Expresso, com uma quota da circulação média anual de 60 %.

Neste enquadramento, passamos a analisar o conjunto de empresas que reportaram informação financeira até 1 de maio de 2019, que são as seguintes:

- Operadores de distribuição: NOS e NOWO;
- Conglomerados *media*: Cofina, Impresa, Media Capital e RTP;
- Publicações periódicas: Global Family Editions e Público.

Com base na amostra possível de empresas que reportaram contas de 2018, apesar da recuperação económica em curso, não é visível uma trajetória definida para as receitas. Enquanto empresas como a NOS, a Media Capital, a RTP e o Público apresentaram crescimento de receitas, a NOWO, a Cofina, a Impresa e a Global Family Editions apresentaram quebras. De notar que os dados de receitas que se utilizam na comparação anual no caso da Impresa já estão expurgados do efeito da alienação do portefólio de revistas.

De qualquer forma, ao nível dos resultados antes de impostos, encargos financeiros, amortizações e depreciações (EBITDA), apenas a RTP, a Global Family Editions e o Público apresentaram quebras. Das empresas que apresentaram quebras de receitas, apenas a Global Family Editions também apresentou uma quebra no EBITDA. As restantes conseguiram crescer a nível deste indicador operacional. Por oposição, o jornal Público e a RTP, que têm apresentado crescimento de receitas, reportaram um decréscimo do EBITDA.

É importante referir que, do grupo de empresas em análise, apenas a Global Family Editions apresentou EBITDA negativo, mas nesta amostra reduzida de empresas e enquadramento individual díspar é difícil afirmar que existem claras tendências setoriais. Assim, considera-se preferível remeter para as conclusões individualizadas de cada empresa, apresentadas mais adiante.

Em termos de resultados líquidos, o panorama é mais positivo. Apenas a NOWO e o Público apresentaram prejuízos.

Também relativamente à capacidade de geração de caixa, as empresas em análise apresentaram *cash flow* positivo, depois de realizar os investimentos em ativos fixos de 2018, com exceção do jornal Público e na ausência de informação disponível no caso da NOWO.

Tendo em consideração as empresas deste grupo, cinco (de oito) apresentaram um aumento de margem líquida face a 2017, embora duas delas com prejuízos (menores). No que diz respeito à margem EBITDA, cinco (de oito) apresentaram melhoria. Ou seja, parece existir alguma melhoria do enquadramento operacional e financeiro para algumas empresas, mas não todas.

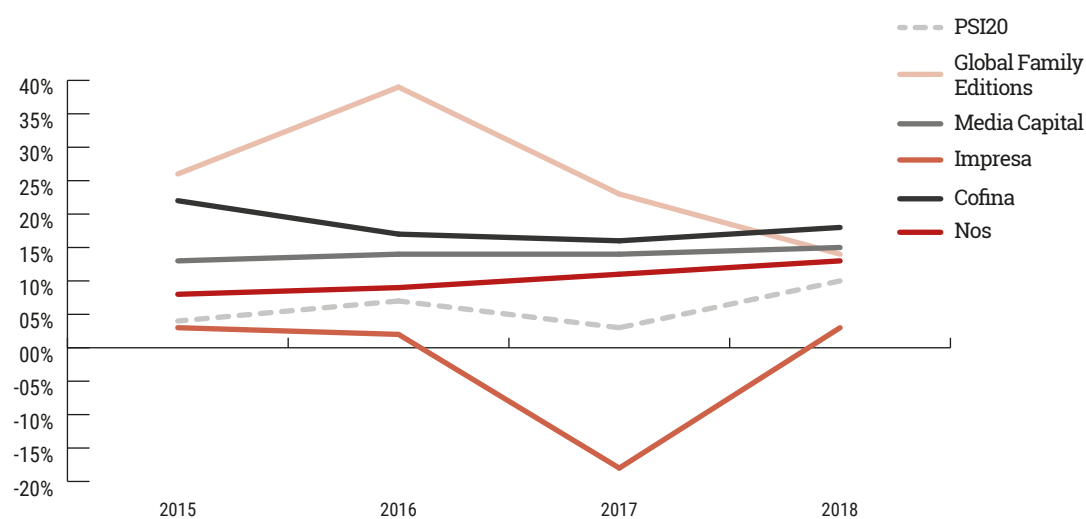
Em termos de endividamento, salvo algumas exceções, o panorama também parece estar a melhorar. Do grupo de empresas acima descrito, apenas três apresentaram rácios de dívida financeira líquida de caixa em relação ao EBITDA, uma medida de apreciação da capacidade operacional de gerar recursos para pagar a dívida, superior a três vezes face a 2017, e sete das oito empresas apresentaram uma melhoria da sua situação.

Em termos de proporção de capitais próprios em relação ao ativo, indicador que permite transmitir uma ideia dos passivos não financeiros e da dimensão do capital do setor, o panorama é menos positivo, dado que nenhuma das oito empresas de referência apresentou capitais próprios a cobrir o ativo em mais de 50 %, mas a trajetória face ao ano anterior é de melhoria em todas as analisadas.

Nenhuma das empresas em análise pagou dividendos relativos ao exercício de 2018, mas a rentabilidade dos capitais próprios melhorou em quatro de cinco empresas (excluem-se as que apresentaram capitais próprios ou resultados líquidos negativos).

Uma vez que quatro das empresas nesta análise estão cotadas em bolsa apresenta-se a evolução da rentabilidade média dos capitais próprios das empresas constituintes do índice PSI20, para efeitos de comparação. Excluem-se do gráfico a NOWO, o Público e a RTP por, em algumas ou todas as observações, apresentarem capitais próprios ou resultados demasiadamente negativos, o que distorceria o gráfico.

Fig. 10 - ROE das empresas de média acima do ROE médio das empresas do PSI20 - Evolução ROE



Fonte: Relatórios e Contas, Bloomberg, Elaboração ERC.

4. PRINCIPAIS EVENTOS EM 2018

JANEIRO

- IMPRESA Publishing S.A. vende à Trust in News, Unipessoal, Lda., por 10,2 milhões de euros, um conjunto de publicações periódicas, designadamente a Activa, a Caras, a Caras Decoração, a Courier Internacional, a Exame, a Exame Informática, o Jornal de Letras, a TeleNovelas, a TV Mais, a Visão, a Visão História e a Visão Júnior, na sequência do reposicionamento da atividade com enfoque primordial no audiovisual e digital. Transitam para o grupo de Luís Delgado, dono da Trust in News, todas as equipas de redação dos títulos ao que se somam contratações novas, num total de 180 colaboradores.

FEVEREIRO

- Grupo Renascença Multimédia integra na sua equipa de vendas a comercialização do seu espaço publicitário digital e abandona o portal Sapo;
- Autoridade da Concorrência passa a operação de aquisição da Media Capital pela MEO (Altice) a investigação aprofundada, por poder criar entraves significativos à concorrência, no mercado nacional ou em parte dele.

MARÇO

- Revista Women's Health volta ao mercado português através da Global Media, que estabeleceu uma parceria com o proprietário americano, a Rodale Inc. A revista é trimestral e é acompanhada de um *site* de internet, com atualizações permanentes.

ABRIL

- Canal "Saúde+", do grupo MediaPro, inicia transmissões.

MAIO

- Altice apresenta um conjunto de soluções à Autoridade da Concorrência, na tentativa de ver aprovada a operação de concentração MEO/Media Capital. As soluções apresentadas são consideradas insuficientes pela Autoridade, que entendeu que «não protegem os interesses dos consumidores nem garantem a concorrência no mercado». A Altice não se mostrou disponível para apresentar quaisquer outras medidas no sentido de viabilizar a transação;
- Eleven Sports adquire os direitos de transmissão televisiva da Liga dos Campeões de futebol e da Liga Espanhola para Portugal por três temporadas e planeia estar presente no país com dois canais em alta definição (HD) e uma plataforma de *streaming online*;
- NOWO fecha um acordo de licenciamento de conteúdos com a Eleven Sports para distribuir em exclusividade os seus canais. Neste enquadramento, é a NOWO que está a negociar com os restantes operadores para que NOS, MEO e Vodafone possam também aceder aos conteúdos Eleven Sports. De acordo com a Eleven Sports, a escolha da NOWO tem a ver com o facto de ser a única operadora independente, uma vez que a MEO, a Vodafone e a NOS são todas acionistas da Sport TV.

JUNHO

- Aprovação da diretiva europeia sobre direitos de autor no mercado único europeu, que inclui um artigo polémico acerca de direitos de autor na internet – artº 13º. A aprovação segue para o Parlamento Europeu.

JULHO

- Anacom anuncia um corte de 15,16 % nos preços cobrados pela MEO à RTP, à SIC e à TVI que, segundo a Entidade, corresponde à aplicação do máximo de 885 mil euros por Mbps, para transmitir os canais na TDT. O Regulador argumenta que o preço máximo fixado está a ser excedido pelo fornecedor MEO, que discorda desse entendimento;

- HBO anuncia que planeia lançar um serviço de *streaming* em Portugal;
- Youtube anuncia um investimento de 25 milhões de dólares em tecnologia de combate a notícias falsas, no âmbito do programa da Google “*Digital News Initiative*”;
- Anúncio da intenção de criação de um canal de televisão digital do FC Porto – FC Porto TV – operacionalizado com as verbas provenientes do contrato realizado com a Altice para difusão do Porto Canal. De acordo com o jornal O Jogo, o novo canal e o já existente Porto Canal deverão partilhar recursos materiais e humanos, no entanto os conteúdos generalistas e futebolísticos serão separados;
- Na sequência de um estudo realizado, a Ofcom anuncia que, pela primeira vez, os serviços de *streaming* Netflix e Amazon Prime ultrapassaram a TV paga. A criação de conteúdos originais foi o motivo avançado para justificar o facto;
- *Podcaster “Fumaça”* passa a órgão de comunicação social, com o objetivo de fazer jornalismo independente, progressista e dissidente. Vence uma bolsa da Open Society Foundation;
- Jornais Diário da Região e Setubalense fundem-se, com o objetivo de aumentar a tiragem e as audiências. O Setubalense – Diário da Região vai incluir edições para Almada e Seixal, em acréscimo às já existentes;
- Fundo Google atribui 1,4 milhões de euros a cinco projetos de comunicação social nacionais – Cofina, Diário de Notícias, Media Capital, Observador e The Mosted, na área de áudio, inteligência artificial e assinaturas. Esta iniciativa, denominada de *Digital News Initiative*, afeta à Europa 150 milhões de euros atribuídos em várias fases.

AGOSTO

- Jornal do Fundão vendido pela Global Media Group a um grupo de jornalistas e docentes universitários da região. Este jornal emblemático teve um papel de relevo na resistência à ditadura e defesa dos interesses da região;
- Anúncio da intenção de lançamento de um canal de televisão denominado de Valor TV, de acordo com as declarações de João Botelho prestadas ao Dinheiro Vivo;
- Associado ao Porto Canal, também está em análise o lançamento de uma rádio centrada maioritariamente no futebol – a Estádio;
- Ministério da Comunicação Social de Angola comunica à SIC que «não existe qualquer impedimento em que as emissões» da SIC Notícias e da SIC Internacional sejam retomadas. A decisão de voltar a emitir os canais passa, assim, para as distribuidoras locais.

SETEMBRO

- Ministério da Cultura envia Regulamento e Caderno de Encargos de concurso para atribuição a operadores privados de duas novas licenças na Televisão Digital Terrestre para apreciação da ERC. As licenças contemplam um canal de desporto e um canal de informação;
- Parlamento Europeu aprova proposta de reforma sobre direitos de autor no mercado único digital.

OUTUBRO

- ERC emite parecer sobre o Regulamento e o Caderno de Encargos para atribuição de duas novas licenças na Televisão Digital Terrestre.

NOVEMBRO

- Arranque do jornal *online* Polígrafo, o primeiro jornal digital de confirmação de factos em Portugal - *fact checking* – detido por Fernando Esteves, B. Creative Media e Emerald Group;
- Sport TV corta serviço à NOWO alegando incumprimentos relativos a pagamentos. A NOWO comunica que a interrupção unilateral do serviço pela Sport TV se deve à recusa da NOWO em aceitar novas condições impostas pela empresa. A NOWO até este momento estava a negociar a transmissão do canal Eleven Sports com os restantes operadores de distribuição de televisão;
- Após audiência prévia, a Anacom volta a anunciar um corte de 15,16 % nos preços cobrados pela MEO à RTP, à SIC e à TVI, para transmitir os canais na TDT, o correspondente à aplicação do máximo de 885 mil euros por Mbps;
- Atribuição de subsídios a órgãos de comunicação social regionais e locais no montante global de 1,2 milhões de euros, a afetar entre modernização tecnológica, desenvolvimento digital, acessibilidade à comunicação social, desenvolvimento de parcerias estratégicas e literacia e educação para a comunicação social;
- Grupo BEL, de Marco Belo Galinha, adquire uma participação na Megafin, empresa do Jornal Económico.

ATIVIDADE DE *MEDIA* DOS CLUBES DE FUTEBOL

Nos últimos anos, a crescente cobertura de eventos desportivos tem vindo a contribuir para o aumento das audiências dos *media* e, conseqüentemente, dos montantes financeiros envolvidos, tanto em termos de publicidade como de direitos de transmissão.

Na observação da realidade portuguesa percebe-se que a transmissão de eventos desportivos evoluiu da quase exclusiva cobertura pelos meios tradicionais, como a rádio e os canais de televisão generalistas, para novas empresas. Numa primeira fase, ainda em formato tradicional, mas especializada no segmento, surgiu a Sport TV. Mais tarde, foram lançados canais televisivos dos próprios clubes de futebol, como o Benfica, o Porto e o Sporting, através de empresas como a Benfica TV, a Avenida dos Aliados e a Sporting Comunicação, transmitidos por operadores de distribuição. Mais recentemente deu-se a entrada do operador de *streaming* especializado, a Eleven Sport, que veio reforçar a presença do desporto em todos os meios de distribuição, seja na STVS, seja na internet.

Merecem ainda referência os operadores televisivos focados em desporto “independente” do originador de conteúdos, com uma dimensão inferior aos referidos, como a Fuel TV, dedicada a desportos radicais e a Vicra Comunicações, com a Bola TV.

Em termos de dimensão, a realidade do segmento é díspar.

A Benfica TV, a Avenida dos Aliados e a Sporting Comunicação e Plataformas, de acordo com as últimas informações disponíveis no Portal da Transparência, apresentaram receitas relativas à produção e operação dos canais televisivos

de entre três a seis milhões de euros. No caso das duas primeiras sociedades registaram resultados líquidos positivos em 2017/2018, e da segunda, em 2016/2017.

Nas respetivas Sociedades Anónimas Desportivas (SADs), as receitas provenientes de direitos de transmissão assumiram montantes claramente superiores, que variaram entre os 24 e os 62 milhões de euros anuais, em função da sociedade em causa.

Operações mais pequenas, como a Vicra Comunicações (Bola TV) e a Fuel TV, sem o acesso à exclusividade de conteúdos de que beneficiam as anteriores, seja por restrições decorrentes do conteúdo dos contratos estabelecidos entre as diversas partes, seja porque os conteúdos exclusivos que detêm não alcançam um público interessado tão abrangente, registaram receitas na ordem dos dois a quatro milhões de euros anuais e resultados líquidos recorrentemente negativos.

A Sport TV, um operador bastante maior que os anteriores, propriedade dos três maiores distribuidores de televisão em Portugal, com receitas anuais na ordem dos 185 e 188 milhões de euros em 2017 e 2018, respetivamente, apresentou, nesses anos, resultados líquidos positivos (4,9 e 2,9 milhões de euros, respetivamente), após dois anos de prejuízo.

Por outro lado, da informação disponível à data de fecho deste relatório, relativa a custos de conteúdos de distribuidores de STVS, constata-se que, em 2018, estes valores ascenderam a cerca de 30 milhões de euros no caso da NOWO e 212 milhões de euros no caso da NOS.

O desenvolvimento deste nicho vem sublinhar a ideia de que, cada vez mais, a propriedade de conteúdos exclusivos e direcionados para um cliente alvo bem definido, não só pode ser um importante meio de sustentabilidade dos órgãos de comunicação social, como estimula o aparecimento de novos *players*. A propriedade de conteúdos exclusivos, únicos e adaptados a um segmento de cliente específico é potenciada pela dimensão do segmento (pessoas interessadas em futebol, neste caso).

Adicionalmente, a dimensão financeira das empresas de *media* não reflete exatamente a importância e relevância da cobertura mediática, mais claramente evidente no preço dos direitos de transmissão. No exemplo concreto do desporto vê-se que a parte relevante da atividade reside na venda desses direitos, propriedade das SADs, e não na área mais tradicional de produção e venda de conteúdos ou publicidade.

Assim, o segmento do desporto é um exemplo da alteração de paradigma que o setor de *media* enfrenta. Os conteúdos exclusivos são uma oportunidade para as entidades que os originam e detêm, sejam elas produtoras de *media*, organizadores, mentores ou criadores. Quanto maiores as audiências potenciais, maior o seu valor.

Neste caso concreto, é necessária escala financeira e operacional para obter e distribuir este tipo de conteúdos, por forma a assegurar que a transação é economicamente rentável. As informações sobre resultados das empresas de distribuição STVS não autonomizam dados da distribuição de televisão do negócio das telecomunicações, pelo que é difícil avaliar se o equilíbrio entre custos/benefícios efetivamente existe ou se vale a pena por ser potenciador de sinergias em outras áreas de atividade das distribuidoras, como as telecomunicações (ou ambos).

A experiência internacional sugere que esta é afetivamente uma tendência, mas também aqui existem incertezas, quanto à sustentabilidade de longo prazo das apostas na exclusividade.

OPERAÇÕES DE *STREAMING*: RELAÇÕES

Numa altura em que a concorrência que os *media* tradicionais enfrentam das novas formas de produção e de distribuição de conteúdos é forte, torna-se pertinente analisar a *performance* de algumas destas novas empresas e avaliar em que medida o novo modelo já é financeiramente sólido e sustentável.

Para além da importância da gestão dos negócios numa vertente operacional de custos, a sustentabilidade é também a capacidade de crescer receitas, seja pelo aumento de subscritores, seja através da aplicação de *mixs* de preços favoráveis. Nesta questão as dinâmicas de funcionamento de mercado são importantes.

No caso da Netflix, a empresa é operacional e financeiramente rentável há vários anos e 2018 não foi exceção. Os resultados líquidos atingiram 1 211 milhões de dólares, mais do dobro do registado em 2017, com um crescimento das receitas acima dos 35 % ao ano. O aumento do número de subscritores líquidos bem como o aumento das receitas por subscritor, resultado de aumentos de preços e alteração da aquisição de serviços para pacotes mais caros, tanto nos EUA como nas operações internacionais, foram as explicações avançadas pela empresa, na apresentação de resultados.

Por outro lado, os fluxos de caixa operacionais têm-se tornado cada vez mais negativos, uma consequência dos custos relacionados com a aquisição de conteúdos para *streaming*, atingindo – 2 680 milhões de dólares. As responsabilidades registadas dentro e fora do balanço, relacionadas com conteúdos, atingiram os 19.285 milhões de dólares (o ativo total da empresa era 25 974 milhões de dólares, em 2018).

O negócio depara-se com vários riscos, enumerados no *filig* 10-K submetido junto da Securities and Exchange Commission (SEC), relativo a 2018, de onde se destaca:

- O risco inerente aos elevados investimentos em conteúdos;
- O risco inerente a problemas no funcionamento da *cloud*, necessária para operacionalizar uma multiplicidade de aspetos no negócio da Netflix, mais concretamente riscos do funcionamento da Amazon Web Services, o fornecedor;
- O risco inerente à forma como os operadores de rede gerem e cobram o acesso aos dados que são transmitidos, nomeadamente se restringem, bloqueiam ou dificultam o acesso ao serviço Netflix, através de cobrança de preços baseada na utilização, imposição de certos máximos de utilização de largura de banda, a tentativa de monetizar o acesso à sua rede por fornecedores de dados, cobrar ou proibir a Netflix de aceder a determinados níveis de serviço de acesso à internet. Muitos dos operadores que fornecem serviços de acesso à internet também têm serviços de *streaming* de conteúdos *media*, pelo que concorrem com a Netflix e têm incentivos em utilizar o seu poder de propriedade da rede para potenciar os seus próprios serviços.

Após esta descrição sobressaem algumas relações setoriais. A Netflix depende dos serviços da Amazon Web Services para funcionar, sendo a Amazon, a proprietária da Amazon Prime, um concorrente de *streaming* com relevância crescente. A Netflix está dependente da operação de rede dos fornecedores de telecomunicações, também eles proprietários de operações de *streaming* em introdução ou já estabelecidas há algum tempo.

A Amazon Prime é um serviço da Amazon que permite entregas grátis de encomendas de mais de 100 milhões de artigos, acesso ilimitado a *streaming*, entre outros serviços. Nas demonstrações financeiras da Amazon apenas são conhecidos dados acerca dos serviços de subscrição, sem autonomizar o *streaming* e excluindo subscrições dos

serviços de internet (*cloud*, entre outros, i.e., Amazon Web Services), no entanto é patente o forte crescimento deste segmento de negócio, que, em 2018, atingiu 14 168 milhões de dólares, mais 45 % que em 2017.

Outros serviços de *streaming* europeus ou americanos incluem o Hulu, o Sling TV, CBS All Access e Showtime, Fubo TV, Philo, HBO Now, Direct Now, Youtube, ESPN+, Verizon Fios TV, DirecTV, Sony, Sky Pluto and Now, Starz, Mubi, Shudder and Sundance, BFI Player, entre muitos outros.

A informação segmentada é escassa e, por isso, a análise centra-se nas empresas acerca das quais foi possível obter informação fidedigna e desagregada, em especial no caso dos serviços que fazem parte de grandes grupos económicos do setor.

De qualquer forma, o elencar de nomes acima sugere o grau de proliferação de serviços de *streaming*, desde os que se encontram dentro de grandes conglomerados, quer de *media* quer de telecomunicações, aos que resultam da convergência entre *media* e operadores de rede, ao pioneiro Netflix.

No caso da Hulu, na qual a Disney tem uma participação não maioritária, através da informação constante no documento 10-K da Disney, constata-se que a Hulu apresentou prejuízos em 2018, uma vez que o documento indica que os resultados líquidos atribuíveis à Disney de empresas onde detém participações financeiras desceram 422 milhões de dólares, para um prejuízo de 102 milhões de dólares, devido a maiores perdas com a Hulu. A performance da Hulu foi explicada por maiores custos com programação, colaboradores e marketing, apenas parcialmente compensados por receitas de subscrição e publicidade. Uma notícia do jornal Expansion, de 16 de abril de 2019, a propósito da venda da participação da AT&T na Hulu, avança que, em 2019, a Hulu deverá apresentar prejuízos de 1500 milhões de dólares e que a Disney espera que a operação seja rentável em 2024.

Após a finalização da transação com a 21st Century Fox provavelmente será possível ter mais informação acerca da Hulu, uma vez que deixará de ser considerada uma participação financeira e passará a ser consolidada totalmente na Disney. No entanto, mesmo antes da transação mencionada, a Disney apoiava financeiramente a Hulu ao garantir 113 milhões de dólares de um empréstimo de 338 milhões de dólares, mais um aumento de capital de 450 milhões de dólares.

A Disney também detém a BAMTech, uma empresa de *streaming* distribuidora de tecnologia e conteúdos. A BAMTech é detida em 75 % pela Disney, 15 % pela MLB e 10 % pela National Hockey League (NHL), tendo ambos os últimos o direito de vender as suas ações no futuro à Disney. A BAMTech contém a DTC sports e tecnologia de serviços de *streaming* para fornecer a terceiros. A vertente da BAMTech DTC sports inclui a ESPN+, a NHL, a PGA Tour Live e a Major League Soccer DTC. A ESPN+ oferece eventos ao vivo, conteúdos *on-demand* e programação original que não está disponível nos outros canais ESPN. No mesmo *filing* na SEC é possível ver-se que a empresa BAMTech tem prejuízos.

A CBS também detém vários serviços de *streaming* suportados por publicidade ou subscrição como o CBS All Access, CBSN, CBS Sports HQ, ET Live e 10 All Access. O CBS All Access, serviço por subscrição de *streaming* do grupo inclui a Direct TV Now, a Hulu e a Youtube TV. A vertente produtora do grupo fornece vários concorrentes da CBS em termos de *streaming*. Em 2018, as receitas de subscrição da CBS aumentaram 7 %, resultado do crescimento de 62 % das receitas de *streaming*. No entanto, dada a dimensão do grupo e a forma de apresentação de resultados, não foi possível apurar se este aumento de receitas resultou do aumento de número de subscritores dos serviços ou se também envolveu aumento de preços, nem se a operação de *streaming* foi rentável isoladamente.

A HBO, parte da Warner Media, recentemente adquirida pela AT&T, é também um dos principais serviços de *streaming* multigeográficos. Resultado da fusão, não se encontrou informação completa sobre a HBO de 2018. Os dados agregados divulgados pela AT&T, que já detinha a Direct Now, também não mostram a tendência das receitas em termos de subscritores autónomos, preços de subscrição de serviços de *streaming* ou rentabilidade do segmento.

A Sling TV faz parte de uma empresa denominada Dish Network, que opera exclusivamente nos EUA e está cotada no Nasdaq. Nos relatórios entregues na SEC, mais especificamente no 10-K de 2018, a Dish refere que o número de subscritores líquidos da Sling TV aumentou, embora nada diga acerca dos preços cobrados e seja patente uma desaceleração da taxa de crescimento das novas adições. No entanto, é interessante a descrição que faz do seu enquadramento competitivo, resultado da recente fusão da AT&T com a Time Warner e dos redobrados esforços promocionais para atrair clientes, designadamente:

- A Sling TV é comercializada principalmente a consumidores que não subscrevem serviços tradicionais de *pay-TV*, satélite ou cabo, portanto requer internet para transmissão e está disponível numa multiplicidade de aparelhos fixos e móveis, individual ou simultaneamente, em função do nível de serviço subscrito. Em 2018, foram introduzidas opções de acesso grátis e *on-demand*;
- Em outubro de 2018, a AT&T retirou os canais HBO e Cinemax da DISH TV e Sling TV e, pelo menos até fevereiro de 2019, ainda não tinham chegado a acordo, tendo em vista a retoma das transmissões. A AT&T oferece a sua programação, incluindo a HBO e a Cinemax, diretamente aos consumidores pela internet e de forma gratuita aos clientes atuais do seu serviço "Watch TV" e oferece aos clientes subscritores de serviços móveis acesso a conteúdos de vídeo na internet, sem os abater ao *plafond* mensal de dados ("zero rating"), o que proporciona uma vantagem aos conteúdos de vídeo da AT&T como a DirecTV incluindo o DirecTV Now e Watch TV, em móveis.

Neste enquadramento, não é de todo claro que as operações de *streaming*, salvo algumas exceções, sejam rentáveis no presente ou venham a ser no futuro.

No grupo dos operadores rentáveis, que correspondem àqueles que estão no mercado há mais tempo ou que criaram os seus próprios mercados, a Netflix e a Amazon, o futuro traz desafios enormes que se relacionam com os elevados investimentos em conteúdos, com a concorrência emergente, subsidiada e altamente granular, e com a cada vez maior fusão na cadeia de valor a montante e a jusante.

A Amazon fornece a infraestrutura de nuvem onde a Netflix opera, as operadoras de telecomunicações transmitem os dados de *streaming* dos múltiplos canais existentes, próprios e concorrentes, as produtoras de conteúdos fornecem conteúdos às mais variadas plataformas de *streaming*, próprias e concorrentes, os canais de *streaming* concorrem com os canais de *pay-tv* pertencentes às empresas que distribuem dados, ou seja, *streaming*.

A maioria das operações de *streaming* surge como resposta aos novos canais de distribuição e às preferências de consumo dos clientes, cada vez mais viradas para a mobilidade e para a escolha seletiva de conteúdos. São também uma resposta à concorrência inovadora de algumas empresas que, por terem entrado primeiro, adquiriram uma escala ameaçadora dos denominados incumbentes. Estes, detendo a infraestrutura de transmissão de dados ou de produção de conteúdos, procuram mitigar os efeitos concorrenciais com que se deparam e capitalizar na produção de conteúdos exclusivos, com base na infraestrutura existente ou adquirida.

Os desenvolvimentos associados à entrada da Eleven Sport no mercado português são algo representativos desta realidade.

A Eleven Sports faz parte do grupo ASER, onde se integram também o Leeds United, um clube de futebol, a Easyprod, uma produtora e transmissora de conteúdos audiovisuais, nomeadamente desportivos, a Whistle Sports, produtora de conteúdos digitais e a Hellodi, um *hub* digital. A Aser Capital é a conselheira financeira da Aser. Nenhuma das empresas está cotada em bolsa, pelo que não foi possível obter informação financeira. No entanto, notícias veiculadas por vários *media* ingleses sugerem que o operador acumula perdas.

As negociações desenvolvidas com as empresas de distribuição STVS em Portugal foram demoradas, difíceis e, segundo várias notícias também veiculadas na imprensa, os pacotes em negociação demonstravam alguma uniformidade. Independentemente dos resultados finais da negociação, que são publicamente desconhecidos, esta morosidade e uniformidade é sintomática da tendência de mistura entre fornecedores e clientes e inerentes conflitos de interesse que é necessário gerir.

As empresas de *streaming* são concorrentes das STVS, mas é um interesse comum que esses canais sejam distribuídos nessa mesma STVS, ou seja, o cliente e o fornecedor misturam-se num mesmo mercado de produto. Acresce que a transmissão de *streaming* assenta na utilização da infraestrutura das empresas de telecomunicações.

Por outro lado, cada vez existem mais *players* no mercado internacional de *streaming*, mas a Netflix consegue subir preços, o que sugere que, para além da vantagem de ser o primeiro, a oferta direcionada e exclusiva de conteúdos é motivadora de diferença e isso tem valor para o consumidor.

Mas será esse valor para o consumidor compensador dos investimentos feitos em conteúdos e exclusividade, nomeadamente num contexto de aumento exponencial das opções?

"DIGITAL NEWS REPORT, REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM 2018" - REDUÇÃO DA UTILIZAÇÃO DE REDES SOCIAIS PARA ACEDER A NOTÍCIAS, MAS RELUTÂNCIA EM REMUNERAR CONTEÚDOS

O uso de redes sociais para aceder a notícias começou a cair em vários mercados-chave, após anos de crescimento contínuo, de acordo com o sétimo *"Digital News Report"*, do *Reuters Institute for the Study of Journalism*, da Universidade de Oxford (Relatório).

O Relatório, baseado num inquérito *online* da YouGov com 74 mil respondentes, em 37 países, incluindo Portugal, refere que a queda é em grande parte atribuível às alterações nos algoritmos do Facebook, mas que os utilizadores também estão preocupados com a sua privacidade, a natureza tóxica dos debates na plataforma e com a distinção entre notícias reais e falsas.

De novo a nível global, o Relatório traz algumas notícias positivas para as empresas jornalísticas que procuram construir relações diretas com os consumidores e focar-se no jornalismo de qualidade. O número de pessoas que pagou por notícias *online* está em alta em vários países e as notificações por *e-mail* e por telemóvel estão a ajudar a criar maior lealdade, enquanto novos modelos de negócios, como filiação e doações, começam a ganhar força.

Embora o uso geral do Facebook tenha continuado elevado e estável, o número de pessoas que o utilizaram como fonte de notícias está a diminuir na maioria dos mercados. O consumo de notícias via Facebook caiu nove pontos percentuais nos Estados Unidos, em comparação com 2017, e caiu 20 pontos junto dos grupos mais jovens.

Simultaneamente, assiste-se a um aumento no consumo de notícias através de plataformas alternativas como o WhatsApp, o Instagram e o Snapchat – particularmente pelos grupos mais jovens. O uso do WhatsApp para notícias

triplicou, em média, nos últimos quatro anos, para 15 %, mas tendeu a ser muito maior em países como a Malásia (54 %) e a Turquia (30 %), onde pode ser perigoso expressar opiniões políticas em redes mais abertas.

É provável que as alterações no algoritmo do Facebook tenham desempenhado um papel nas mudanças de práticas, pois a empresa tem vindo a dar prioridade às interações com familiares e amigos e está a tentar limitar o impacto das notícias "falsas". No entanto, as evidências retiradas dos grupos focais sugerem que algumas perceções dos consumidores estão a mudar e, conseqüentemente, também os seus comportamentos. A preocupação com a desinformação espalha-se pelo mundo.

Mais de metade dos respondentes (54 %) disse estar preocupado se as notícias são reais ou "falsas", na internet. Esta preocupação foi mais elevada em países como o Brasil (85 %), a Espanha (69 %) e os Estados Unidos (64 %), onde situações políticas polarizadas se combinam com uma elevada utilização das redes sociais. Na Alemanha (37 %) e na Holanda (30 %), onde as recentes eleições não foram afetadas por preocupações com conteúdo "falso", os níveis foram bem mais baixos.

A maior parte dos respondentes apontou que a correção de problemas com notícias "falsas" e não confiáveis deve ser da responsabilidade dos editores (75 %) e das plataformas (71 %). Isto porque grande parte das notícias sobre as quais se queixaram diz respeito a notícias tendenciosas ou imprecisas, originárias nos *media* do *mainstream*, e não a notícias completamente inventadas, distribuídas por potências estrangeiras, ou sites que procuram ganhar dinheiro com notícias inventadas.

Mas o apetite pela intervenção do governo, no que concerne a desinformação, é muito diferente. O apoio na Europa (60 %) e na Ásia (63 %) contrasta com as reticências nos EUA, onde apenas quatro em cada dez (41 %) pensam que o governo deveria intervir mais neste aspeto.

O mesmo Relatório revela novidades positivas e negativas para os editores que desejam gerar receita *online* sustentável. Os países nórdicos registaram aumentos significativos no número de pessoas que pagaram por notícias *online*, com a Noruega a atingir 30 % (+4), a Suécia 26 % (+6) e a Finlândia 18 % (+4). Todos estes países têm um pequeno número de títulos de imprensa, a maior parte dos quais procura, de forma incansável, uma variedade de estratégias de *paywall*. Por outro lado, os mercados mais complexos e fragmentados da Europa tiveram pouco crescimento nas assinaturas, apesar do aumento das tentativas de cobrança de algum conteúdo *online*.

O aumento significativo nas assinaturas digitais nos Estados Unidos (o chamado "*Trump Bump*"), do ano passado, manteve-se, enquanto doações e filiações baseadas em doações surgiram como uma estratégia alternativa, cada vez mais significativa, em Espanha, no Reino Unido e nos Estados Unidos. Este tipo de pagamento está intimamente ligado ao posicionamento político à esquerda e centra-se, de forma desproporcional, nos jovens. O Guardian atraiu centenas de milhares de doações e o Relatório sugere que cerca de um quarto dos respondentes pode estar preparado para pagar, no futuro, caso os órgãos de comunicação social não possam cobrir os custos de outras formas.

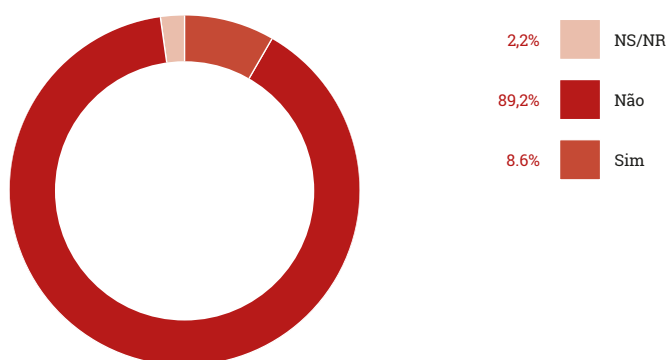
O Relatório também revela que mais de dois terços dos respondentes (68 %) não estavam cientes dos problemas financeiros da indústria dos *media* ou acreditavam que a maioria das empresas de *media* lucra com as notícias digitais. Aqueles que estavam cientes de que a maioria dos jornais digitais dá prejuízo têm maior probabilidade de pagar por uma assinatura de notícias ou fazer uma doação.

Para Portugal, quase três quartos dos respondentes disse preocupar-se com o que é falso na internet. Metade dos portugueses que usam internet disse confiar em notícias que encontra através de motores de busca, mas só menos de um terço disse confiar em notícias que vê nas redes sociais. O Relatório constata que apenas 23 % confiam nas

notícias às quais acedem nas redes sociais, em comparação com 34 % das que acedem através de pesquisas, 44 % confiam nas notícias em geral e 51 % confiam nas notícias provenientes das fontes que usam.

No pagamento por notícias *online*, em formato digital, os portugueses continuaram, em 2018, a apresentar índices muito baixos de adesão a esta prática. De acordo com os dados do Relatório, apenas 8,6 % dos inquiridos pagaram por notícias *online*, menos 0,9 % do que em 2017. Portugal surge em 24.º lugar relativamente ao pagamento por notícias digitais, a par de Canadá e Chile, sendo que se destacam pela positiva a Noruega (30 %), Suécia (26 %) e a Austrália e Hong Kong, onde um quinto da população pagou por notícias digitais no ano anterior ao da resposta ao inquérito.

Fig. 11 - Pagamento por notícias *online* em Portugal ainda baixo



Fonte: "Reuters Digital News Report 2018". Edição Obercom, n=2008. Elaboração ERC.

A par das tendências de baixa adesão ao pagamento por notícias digitais, o crescente uso de *software* de *adblocking* é um fator preocupante na relação dos portugueses com os conteúdos *online*, em particular com as notícias. Entre 2016 e 2018, a utilização de *software* de *adblocking* aumentou mais de 5 %, atingindo os 31,1 %, em 2018. Apesar de este crescimento estar a acontecer de forma lenta, apresenta uma evolução consistente. Em termos comparativos com os restantes países, Portugal situou-se acima da média de 27 % na taxa de utilização deste tipo de recurso, estando entre os nove países com os mais elevados índices de utilização de bloqueio de publicidade.

De acordo com o Relatório, as fontes noticiosas que os portugueses mais utilizaram para aceder a notícias foram a televisão e a internet, incluindo as redes sociais. No entanto, em termos de principal fonte de notícias, a televisão continuou a dominar, sendo utilizada por mais de 55 % dos inquiridos. A imprensa e a rádio, apesar de serem bastante utilizadas em geral, tiveram índices de utilização diminutos enquanto fontes principais de notícias. No universo *online*, as principais formas com que os portugueses mais se depararam com notícias continuaram a ser o acesso direto a *websites* de notícias, os motores de busca e as redes sociais (cada uma referida por cerca de um quarto dos inquiridos).

Relativamente às pessoas que dizem ter efetuado a compra de algum título de imprensa escrita na semana anterior à da resposta ao inquérito tem-se verificado uma lenta, mas consistente queda entre 2016 e 2018, de cerca de 40 % para 31 %.

Em termos de frequência de acesso e interesse por conteúdos noticiosos, a subamostra portuguesa continuou a revelar níveis muito altos de adesão a conteúdos mediáticos, quer em termos de frequência, quer de interesse por conteúdos.

Ainda que o computador subsista enquanto dispositivo mais utilizado e principal para consumo de notícias, o *smartphone* destacou-se ao ser utilizado, em geral, por 77,8 % dos inquiridos face a 80,7 % dos que utilizaram computador na semana anterior. No entanto, os dispositivos móveis agregados ultrapassaram o computador, sendo de salientar que o peso do *smartphone* nesta categoria foi francamente maior que o do *tablet*.

Uma mudança significativa nos hábitos dos portugueses com as notícias em geral, e com os dispositivos em particular, diz respeito ao número de dispositivos utilizados para acesso a notícias *online*. Pela primeira vez (2018), houve mais portugueses a utilizar dois aparelhos para aceder a notícias na internet do que a utilizar um só dispositivo. Este padrão de utilização tenderá a incidir sobre o computador e o *smartphone*.

Na utilização de *apps* de notícias, mais de metade dos utilizadores de dispositivos móveis disse ter usado este recurso no dia anterior e cerca de um quarto utilizou *apps* noticiosas algures na semana anterior. Na receção de alertas móveis, relacionados com notícias, os portugueses situaram-se acima da média face aos restantes países, 23 % dos inquiridos no nosso país receberam um alerta deste tipo, na semana que antecedeu a resposta ao inquérito. Portugal foi, assim, o 6.º país entre os 37 em análise.

O formato preferido para consumo de notícias continuou a ser o texto, em detrimento do vídeo, e a maioria dos inquiridos mostrou-se satisfeita com a quantidade de vídeos noticiosos que existe hoje em dia. Os portugueses tendem a ver mais vídeos noticiosos no Facebook e nos *websites* de marcas de notícias, do que no Youtube. No que respeita ao consumo geral de vídeos noticiosos, e comparado com os restantes 36 países, Portugal surgiu bastante próximo da média: 61 % dos portugueses disse ter utilizado vídeos noticiosos na semana anterior, face a uma média de 62 % dos inquiridos nos restantes países.

Os principais critérios de escolha de notícias em redes sociais foram o título / fotografia associadas aos conteúdos, seguido pelo nome da marca e pela pessoa que partilhou. A *performance* dos conteúdos foi, de acordo com os inquiridos, um fator menos relevante.

As marcas nativas digitais têm um peso preponderante na análise do setor dos *media* em Portugal. O portal Sapo e o Notícias ao Minuto assumiram para os inquiridos, dimensões semelhantes às das marcas de imprensa tradicionais e *online* e o Observador, tipificado como marca de imprensa com origem na *web*, ocupou o terceiro lugar.

A adaptação dos órgãos de comunicação social ao mundo digital é, neste enquadramento, incontornável.

5. PERSPETIVAS FUTURAS

A economia digital, cada vez mais, tem uma influência determinante no setor de *media*, não só na forma de distribuir e consumir conteúdos, mas também no tipo de intervenientes, em que as empresas tecnológicas se vão tornando produtoras.

A alteração estrutural deste mercado implica uma alteração da alocação da publicidade e afeta diretamente as várias linhas de receita das empresas do setor, em especial as mais tradicionais.

De acordo com as previsões da Magna Global, o investimento publicitário em Portugal deverá seguir as tendências internacionais e crescer cerca de 6 %, em 2019. A televisão deverá manter-se o meio mais popular, embora o digital, um terreno dominado pelos gigantes Google e Facebook, continue a ganhar peso, atingindo um terço do investimento total, após crescer 18 % em 2019. Apesar de não se ter obtido dados apenas para Portugal, segundo a WARC, a Google e a Facebook deverão atingir uma quota global de 61,4 % da publicidade *online* e 28,6 % da publicidade

total, *on* e *offline* no final de 2019, perante o que é de antecipar uma reação das empresas de *media* tradicionais ao enquadramento cada vez mais adverso da sua principal fonte de receita.

De acordo com o estudo do Reuters Institute e da Universidade de Oxford “Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2019”, de Nic Newman, ao inquirir vários representantes do setor concluiu que, para 52 % dos *publishers*, o principal objetivo em termos de receitas é aumentar a importância das subscrições pagas, sendo que apenas 27 % planeia aumentar a importância da publicidade *display*, 8% a importância da publicidade nativa e 7 % a importância dos donativos na estrutura global de rendimentos. De qualquer forma, a maior fatia de receitas ainda caberá à publicidade, embora esta não seja a prioridade em termos de esforço de crescimento, uma estratégia com riscos, uma vez que a recetividade dos consumidores a pagar subscrições digitais é baixa.

A concorrência das grandes tecnológicas vai aumentar. Por exemplo, o The Times of London incluiu recentemente o acesso por um ano ao Wall Street Journal para subscritores já existentes, os operadores de telecomunicações e vídeo OTT também estão a acrescentar notícias aos seus pacotes, como é o caso da Amazon Prime nos EUA, onde a subscrição deste serviço vem acompanhada de um *free trial* de seis meses de acesso ao Washington Post (também propriedade de Jeff Bezos) e um custo de subscrição reduzido a partir daí. A Apple parece estar a preparar a entrada no segmento noticioso ao anunciar, em março, o lançamento de *apps* de notícias, acesso a mais de 300 revistas, Wall Street Journal, e LA Times, e uma TV em *streaming* com mais de 150 serviços e produções originais (para além de um serviço de subscrição mensal de jogos e um cartão de crédito).

Os subsídios de organizações não-governamentais poderão dar uma ajuda, embora seja difícil que atinjam um papel preponderante no modelo de negócio dos *media*. Os apoios governamentais, diretos ou por via de incentivos fiscais, são frequentemente criticados por colocarem em causa a independência das operações.

Neste enquadramento, os *media* tradicionais vão continuar a enfrentar grandes desafios, enquanto regimes autoritários como a China aproveitam para adquirir operações de *media* na Europa, incluindo Portugal, por forma a obter canais de promoção dos seus conteúdos.

A importância da produção e distribuição de conteúdos credíveis é crescente e, progressivamente, cria-se espaço para o aparecimento de empresas de validação de conteúdos e para o reforço de marcas de informação fidedignas.

Apesar de alguma contenção, resultado do esforço regulatório e de uma maior consciencialização das pessoas para o papel que as empresas tecnológicas têm no setor de *media*, estas plataformas continuam, pelo menos a curto prazo, a ser concorrentes desleais que distribuem, de forma rápida e abrangente, conteúdos gratuitos ou a muito baixo custo.

As plataformas OTT, apesar de presentes em alguns canais de STVS, são concorrentes destes distribuidores, por estarem disponíveis para visionamento em canais alternativos como a internet fixa ou móvel. O aumento da mobilidade, fomentado pelo progresso tecnológico ao nível da capacidade e da qualidade de transmissão de dados vai certamente exercer pressão sobre esta relação, que em si já parece envolver um conflito de interesses nos casos em que os distribuidores de STVS sejam os proprietários da infraestrutura que transmite o canal em *streaming*.

Em geral, as empresas têm procurado diferenciar-se através da exclusividade de conteúdos, o que requer grandes investimentos em produção ou aquisição de direitos, que os *outlet media* de menor dimensão têm dificuldade em acompanhar. O visionamento de conteúdos em plataformas *online* agrava a discrepância entre intervenientes, uma vez que as empresas nativas no digital têm uma vantagem comparativa, em termos de *knowhow* e de escala, face as empresas *media* tradicionais.

Mas nem todos perdem. A experiência internacional mostra que as tecnologias digitais e as novas formas de distribuição e visionamento de conteúdos estão a deslocar valor das empresas fornecedoras de conteúdos e das plataformas de distribuição para os consumidores finais, que escolhem o que pretendem ver, quando e a que preço.

A identificação e o foco em nichos de mercado com produção e distribuição de conteúdos direcionada, a par de 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 quanto *online*, poderá ser uma via para aumentar a eficiência da distribuição de conteúdos, e minimizar o efeito negativo da distribuição não autorizada em termos de direitos de autor ou de desigualdade regulamentar.

A velocidade de mudança é cada vez mais rápida e o sucesso dos *media* depende cada vez mais do conhecimento dos consumidores, da profundidade de relacionamento entre ambos e da capacidade de antecipar as suas necessidades.

6. PERFIL INDIVIDUAL DOS PRINCIPAIS INTERVENIENTES DO SETOR

A seleção dos principais intervenientes do setor, integrados na presente análise, seguiu a lógica descrita no ponto 3 do presente capítulo- Análise Económico-Financeira do Setor. É relevante uma análise breve, mas individualizada, de cada entidade, seguidamente apresentada por ordem alfabética, de forma a ilustrar a diversidade existente em Portugal.

COFINA SGPS, S.A.

A Cofina SGPS S.A. (grupo Cofina, Cofina ou empresa) alberga toda a atividade do grupo económico que consolida na área de *media*, essencialmente dedicado à imprensa escrita. Possui cinco jornais, quatro revistas e um canal de televisão por cabo, onde se incluem os títulos Correio da Manhã, Record, Jornal de Negócios, Mundo Universitário e Destak, bem como as revistas Sábado, TV Guia e Máxima. Desde o exercício de 2013, o grupo Cofina passou a incorporar no seu portefólio, 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 onde possa aprofundar sinergias com operações existentes.

É também detentora de uma participação na distribuidora VASP e de 100 % da empresa de impressão de jornais Grafdisport. Em setembro de 2017 apoiou o lançamento de um *site* de apostas *online*, denominado de Nossa Aposta (www.nossaaposta.pt), onde entrou com uma participação de 40 %.

A Cofina pretende continuar a aprofundar e a dinamizar o investimento em áreas de crescimento, com potenciais sinergias com os negócios existentes. Em março de 2018, a plataforma do jogo *online* www.nossaaposta.pt, detida em 40 % pela Cofina, obteve a licença para a exploração de apostas desportivas à cota, em que o jogador joga contra a entidade exploradora. Em fevereiro de 2019, o jogo de fortuna ou azar "Blackjack" passou a integrar a oferta do *site*.

No final de 2018, a Cofina alienou a operação que detinha no Brasil através da subsidiária AdCommedia e da associada Destak Brasil, passando a operar apenas em Portugal.

As ações da Cofina estão cotadas na Euronext Lisboa e são principais acionistas Ana Menéres de Mendonça, com 20 %, João Borges de Oliveira, com 15 %, Paulo dos Santos Fernandes, com 13,9 %, Domingos Vieira de Matos, com

12,1 %, Pedro Borges de Oliveira, com 10 % e as gestoras de ativos do Santander Portugal e Credit Suisse, que detêm participações inferiores a 5 %.

2018 foi mais um ano desafiador para a Cofina, mas menos que 2017. As receitas de exploração apresentaram uma deterioração de cerca de 2 % face ao ano anterior, resultado de quebras de receitas de circulação e de publicidade em jornais e revistas, quase totalmente compensadas pelo crescimento das receitas de publicidade e fees de presença na CM TV.

Fig. 12 - Composição das receitas de exploração em 2018



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Apesar disso, o foco no controlo de custos e as medidas estratégicas de otimização do portefólio de produtos, especialmente no segmento de revistas, explicaram o ligeiro crescimento dos resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) em 9,6 %, para os 14 927 mil euros, e da margem respetiva para 16,7 %.

A diminuição dos custos financeiros, aliada ao impacto positivo dos resultados imputáveis a operações descontinuadas (ganho na alienação) foram fatores adicionais que contribuíram para a melhoria dos resultados líquidos em cerca de 31 %, para 6653 mil euros.

A gestão do fundo de maneiio foi mais positiva que em 2017, permitindo a acentuada melhoria da capacidade de geração de fluxos de caixa operacionais, que continuaram a ser suficientes para cobrir os investimentos em ativos fixos, realizados ao longo do ano.

A Cofina apresentou um perfil financeiro em melhoria. O rácio dívida líquida / EBITDA, um indicador de capacidade operacional para pagar a dívida, encerrou 2018 abaixo das 3x, pela primeira vez em cinco anos, com 2,7x. Os fluxos gerados pelas operações cobriram cerca de 32,2 % da dívida total, que por sua vez manteve uma trajetória descendente, durante 2018.

Tanto o fluxo de caixa operacional quanto o EBITDA de 2018 não foram suficientes para cobrir a dívida que se vence em 2019, embora a Cofina dispusesse de linhas de financiamento, não utilizadas, de cerca de 43 milhões de euros, valor que compara com os 46 milhões de euros de dívida a vencer em 2019.

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, diretamente. A proporção de capitais próprios para o ativo melhorou face aos níveis de 2017, mas ainda assim manteve-se a elevada alavancagem – 34 %.

Neste enquadramento, e tal como em anos anteriores, a Cofina não planeia distribuir dividendos relativos a 2018.

Fig. 13 - Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	89 293	91 058	99 926	100 676	106 077
EBITDA	14 927	13 621	13 512	15 040	16 243
Resultado líquido	6 653	5 067	4 333	5 061	6 248
Ativo	112 388	113 389	121 709	129 247	134 506
Passivo	74 386	82 484	95 708	106 681	114 230
Capital próprio	38 002	30 905	26 000	22 566	20 277

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

GLOBAL FAMILY EDITIONS S.A.

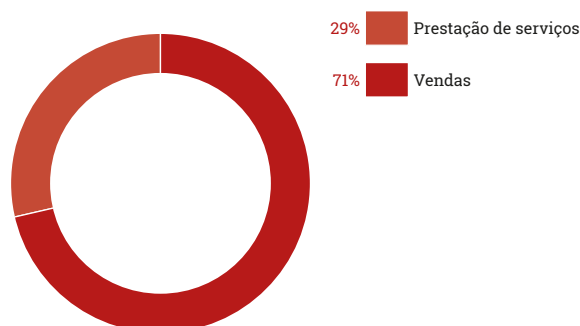
A Global Family Editions S.A. (Global Family Editions, ou empresa), anteriormente designada por Selecções do Reader's Digest (Portugal) S.A. (Selecções), tem como atividade principal a edição, confeção, publicação, distribuição e venda de revistas, periódicos, publicações e livros, aparelhos eletrodomésticos 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 S.A. (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 % (Club Internacional del Libro).

O ano de 2018 continuou desafiador para a Global Family Editions. As receitas de exploração deterioraram-se cerca de 23 %, resultado de menores vendas de produtos (circulação), que não foram compensadas pelo aumento das receitas com prestação de serviços.

Os custos operacionais, à semelhança de 2017, continuaram a diminuir, mas não o suficiente para prevenir a quebra do resultado antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) para 107 milhares de euros, com degradação da margem. Os resultados líquidos atingiram os 96 mil euros, abaixo dos níveis de 2017.

Fig. 14 - Composição das receitas de exploração em 2018

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

A capacidade de geração de fluxos de caixa operacionais manteve-se em melhoria, a refletir prazos de pagamento mais favoráveis do ponto de vista da empresa. De salientar que a Global Family Editions realizou um pequeno investimento em ativos fixos em 2018, perfeitamente coberto pelos fluxos de caixa gerados.

No final de 2018, a empresa não tinha qualquer tipo de endividamento financeiro. O capital próprio cobriu 45 % dos ativos, uma situação bastante confortável. A empresa não planeia distribuir dividendos relativos a 2018.

Fig. 15 - Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	2 360	3 058	3 614	3 880	4 695
EBITDA	107	152	182	100	-351
Resultado líquido	96	133	177	72	-392
Ativo	1 496	1 766	2 110	2 490	2 456
Passivo	818	1 184	1 661	2 218	2 256
Capital próprio	678	582	449	272	201

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

IMPRESA – SGPS S.A.

A Impresa SGPS S.A. (grupo Impresa, grupo, Impresa ou empresa) alberga toda a atividade de *media* do grupo, com interesses que abrangem uma estação de televisão, sete canais temáticos, o jornal Expresso, várias propriedades na internet e aplicações e 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 S.A.

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 portefólio de cerca de 30 publicações, onde se incluíam o jornal Expresso e as revistas 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 portefólio 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 portefólio 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 dedicava ao fornecimento de HSIA e serviços de hospitalidade para a 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 sete canais, abrangendo mais de seis 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 *online* 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.

Já em 2017, a SIC reforçou a venda de conteúdos no mercado internacional, lançando um *site* específico para o efeito e reforçou a sua aposta em África, através de um reposicionamento da SIC Internacional, com uma nova imagem e uma oferta mais próxima deste continente, por forma a consolidar a posição como canal de referência nos mercados de língua portuguesa. Os canais SIC continuaram em expansão, passando a ser distribuídos em novas plataformas ou reforçando a presença em plataformas já cobertas como Moçambique, África do Sul, Alemanha, Luxemburgo e Austrália.

No âmbito do Plano Estratégico para o triénio 2017-2019, que tem como objetivo o reposicionamento da atividade da Impresa, com um maior enfoque nas componentes do audiovisual e do digital, o portefólio de revistas Activa, Caras, Caras Decoração, Courier, Exame, Exame Informática, Jornal de Letras, Telenovelas, TV Mais, Visão, Visão História e Visão Júnior foi alienado à Sociedade Trust in News, de Luis Jorge Sales Martins Delgado, logo no início de 2018, pelo valor de 10,2 milhões de euros.

Neste enquadramento, o segmento de *publishing* passou a ser constituído pelo Expresso, Blitz (que passou a ter apenas presença digital, com edições especiais em papel), as Novas Soluções de Media (que inclui o *Customer Publishing*), a Boa Cama Boa Mesa (anteriormente no perímetro da InfoPortugal) e a gestão comercial de propriedades digitais não detidas pela IMPRESA, incluindo, desde 2018, os *sites* Notícias ao Minuto e Zero Zero, para além do LinkedIn, em Portugal.

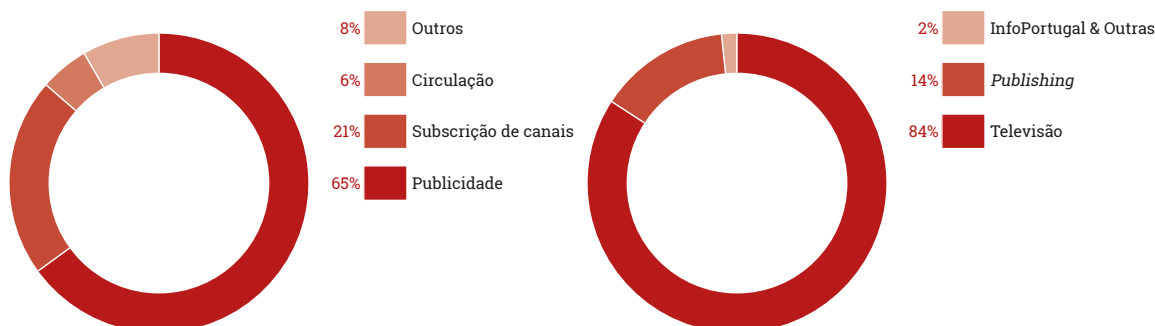
A 17 de setembro de 2018, nasceu a SIC Ventures, resultante da aposta da Impresa na diversificação das suas áreas de negócio e em novas fontes de receita, em especial na área digital. Também em 2018, a SIC celebrou um acordo de distribuição com a Comcast, expandindo a cobertura da SIC Internacional a todo o território dos EUA.

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 50 %. A sociedade Mãe, controlada por António Silva Parente, o Banco BPI, o Santander Asset Management, a NewsHold, a Azvalor Asset Management e o Norges Bank também detêm participações, todas elas inferiores a 5 %.

2018 foi mais um ano desafiador para o grupo Impresa. As receitas de exploração caíram 2 %, resultado da deterioração registada nas receitas de subscrição de canais e de circulação. Estas quebras foram em parte compensadas pelo segmento publicitário de *publishing*, que cresceu 10 %, e pelo forte crescimento da publicidade digital (+28 %).

As receitas de exploração do grupo Impresa, em 2018 (Figura 16), dependiam em mais de 50 % de receitas de publicidade e em mais de 80 % do segmento de televisão, um aumento face ao ano anterior, também influenciado pela alienação do portefólio de revistas.

Fig. 16 - Composição das receitas de exploração em 2018



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

A Impresa continuou a prosseguir uma política de redução de custos operacionais, pelo que o resultado antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) consolidado em 2018, ajustado de custos de reestruturações e de imparidades de ativos não correntes, atingiu 18 110 milhares de euros, um aumento de 21 % em relação ao EBITDA equivalente do ano anterior, acompanhado de melhoria da respetiva margem. O nível de imparidades em 2018 em nada foi comparável ao registado em 2017, pelo que os resultados operacionais voltaram a terreno positivo.

A melhoria da posição de resultados financeiros, em virtude de taxas de juro menores, ganhos cambiais e melhores resultados em empresas associadas, também contribuiu para o resultado líquido positivo de 3139 milhares de euros em 2018, face ao prejuízo de 2017.

Apesar de um contexto difícil, a capacidade de geração de *cash flow* operacional melhorou ligeiramente face a 2017, resultado de menores pagamentos a fornecedores e pessoal, o que possibilitou a cobertura dos investimentos em ativos fixos realizados em 2018. Tanto os fluxos de caixa operacionais como o EBITDA de 2018 continuaram a não perfazer montante suficiente para cobrir a dívida que se vence em 2019.

Neste enquadramento, e em resultado do elevado *stock* de dívida acumulado ao longo do tempo e das responsabilidades agendadas, a dívida líquida da empresa aumentou.

Em junho de 2018, a Impresa efetuou uma operação de financiamento suportada no Edifício Impresa, por um período de dez anos, tendo o montante envolvido na operação sido de 24,2 milhões de euros, que foram aplicados no reembolso do empréstimo obrigacionista de 30 milhões de euros.

O Grupo Impresa, no final de 2018, tinha disponíveis linhas de crédito não utilizadas no montante de três milhões de euros, o que compara com uma dívida que se vence em 2019, de 89,9 milhões de euros.

De acordo com o Relatório e Contas de 2018, não existe qualquer incumprimento das obrigações decorrentes dos empréstimos vigentes, quer quanto à manutenção das principais participações sociais nas empresas subsidiárias, quer de limitação de investimentos ou distribuição de dividendos, quer de *covenants* financeiros, exceto quanto ao rácio previsto no financiamento da SIC com o Montepio Geral. No âmbito daqueles *covenants*, os rácios financeiros a cumprir, não aplicáveis a todos os financiamentos, correspondem ao “Rácio da dívida remunerada líquida/EBITDA” e ao “Rácio de autonomia financeira”, dos quais a existência de eventuais incumprimentos, poderá decorrer a faculdade à instituição financeira de solicitar o reembolso antecipado dos financiamentos e/ou alterar as condições dos financiamentos anteriormente acordados. Em 31 de dezembro de 2018 foi obtida das entidades financiadoras a dispensa de cumprimento dos rácios que o Grupo não atingiu naquela data, exceto quanto ao financiamento do Montepio Geral.

A dívida líquida excedeu o EBITDA em 9,9x, uma melhoria face aos 12,9x de 2018, graças ao crescimento do EBITDA. A autonomia financeira manteve-se semelhante aos anos anteriores, em cerca de 30 %.

Neste enquadramento, o grupo Impresa, cujas ações se encontram cotadas na Euronext Lisboa, e tal como tem vindo a acontecer há vários anos, não irá distribuir dividendos relativos a 2018.

Fig. 17 - Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2018	2017*	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	172 163	176 061	201 821	205 997	230 922	237 780
EBITDA	18 110	14 967	13 815	15 526	22 545	31 944
Resultado líquido	3 139	-21 591	-21 654	2 760	4 028	11 006
Ativo	396 714	388 302	388 617	413 984	403 474	407 080
Passivo	271 333	265 937	265 937	269 742	261 701	269 484
Capital próprio	125 381	122 364	122 679	144 242	141 773	137 596

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC. * 2017 re expresso.

MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

O grupo Média Capital, SGPS, S.A. (empresa, Media Capital, grupo Media Capital ou grupo) tem como único investimento uma participação de 100 % na MEGLO – Media Global, SGPS, S.A. (Meglo). Através desta participação, a empresa detém, indiretamente, participações em empresas presentes nos principais segmentos de *media* e produção de conteúdos audiovisuais. A sua estrutura operacional reflete esta abrangência e é por isso que o seu modelo organizacional tem um sentido horizontal, estando a atividade estruturada em cinco áreas de negócio, uma das quais a de Serviços Partilhados, que centraliza todas as funções administrativas das várias empresas do grupo.

Mais especificamente, o grupo 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, nos mercados português, espanhol e 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 em sinal aberto e, através de contratos de distribuição celebrados com operadores, emite o referido canal generalista, o TVI 24, o TVI Ficção, o TVI Internacional, o TVI Reality e o TVI África.

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 nos mercados espanhol e 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, 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, 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.

O 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, adquiriu 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 OPAs, o grupo Prisa passou a deter a quase totalidade do capital.

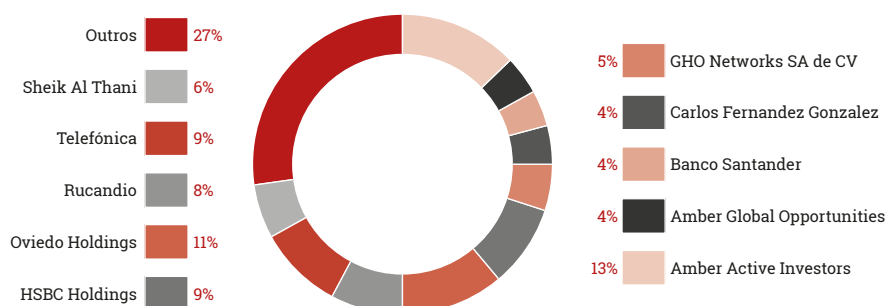
Em 2008, a Media Capital alienou a área de imprensa à Progres (empresa do grupo Prisa) e, no final do ano, adquiriu a Plural Espanha que, juntamente com a NBP, deu origem à Plural Entertainment, uma das maiores produtoras internacionais em língua portuguesa e espanhola.

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 Vertex, do grupo Prisa, e em 5 % pelo NCG Banco (ABANCA). Por sua vez, a Vertex, é detida a 100 % pelo grupo Prisa.

De acordo com as informações constantes do site da CNMV (Comisión Nacional del Mercado de Valores), à data de 15 de abril de 2019, os principais acionistas da Prisa são os descritos na Figura 18. A Amber Capital é uma empresa de gestão de ativos, representada no conselho de administração da Prisa por Joseph Oughourlian e é a gestora de ativos da empresa Luxemburguesa Oviedo Holdings. A empresa GHO Networks representa o grupo Herradura Occidente do empresário mexicano Roberto Alcántara Rojas. Carlos Fernandez Gonzalez é fundador e conselheiro da empresa mexicana Finaccess, a empresa Rucandio é propriedade da família Polanco, fundadora da Prisa, e Sheik Al Thani, um empresário do Qatar, também é acionista.

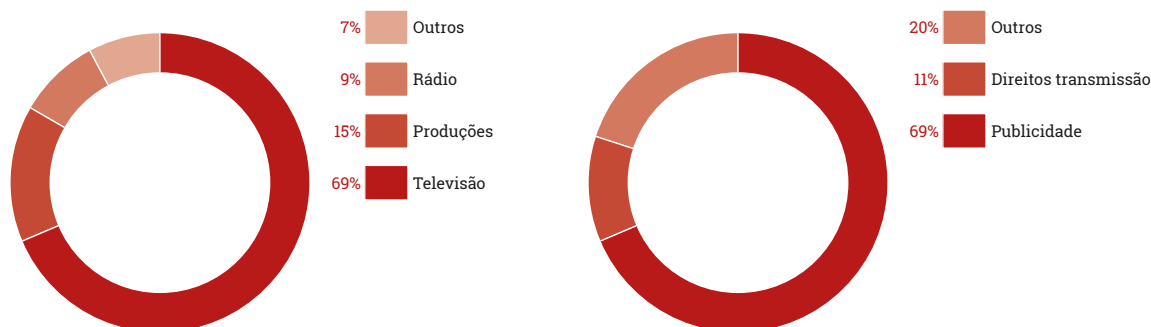
Fig. 18 - Principais Acionistas Prisa – Abril 2019



Fonte: Site CNMV – Acionistas Significativos - % direitos de voto diretos, indiretos e por instrumentos financeiros. Elaboração ERC.

Em 2017, a Media Capital foi alvo de uma oferta de aquisição de 100 % do seu capital por parte da MEO, grupo Altice, que acabou por não ser bem-sucedida.

O ano de 2018 foi bastante positivo para a Media Capital, uma vez que as receitas de exploração cresceram 9,9 %, face a 2017. O aumento das receitas de publicidade na televisão e em outros meios e dos serviços multimédia, mais que compensaram a quebra das receitas de produção e direitos de transmissão.

Fig.19 - Composição das receitas de exploração em 2018

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

O aumento dos custos operacionais compensou parcialmente o crescimento das receitas e originou um ligeiro aumento dos resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) de 0,4 %, para 40 245 milhares de euros, deteriorando a margem respetiva. Menores custos financeiros, dado o menor nível de endividamento, menores custos com juros e efeitos cambiais favoráveis explicaram o crescimento de 9 % dos resultados líquidos, que atingiram 21 573 milhares de euros. A capacidade de geração operacional de fluxos de caixa melhorou e cobriu largamente os investimentos em ativos tangíveis realizados durante o ano, que foram inferiores aos de 2017.

As ações da Media Capital estão admitidas à cotação na Euronext Lisboa e de acordo com o Relatório e Contas de 2018, a gestão não planeia propor em Assembleia Geral a distribuição de dividendos relativamente a 2018, o que é justificado pelo objetivo de manter o grupo Media Capital dotado da liquidez necessária à continuidade do negócio, tendo em consideração a atual conjuntura económica e as necessidades de investimento tecnológico da atividade de *media* e comunicação.

De salientar que, em 2017, a proposta de aplicação de resultados foi semelhante, mas a Assembleia Geral de acionistas aprovou o pagamento de dividendos, correspondentes a 94 % dos resultados líquidos, acima dos 93 % 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 40 % da dívida total. A dívida líquida em relação ao EBITDA situou-se nas 2,1x, uma melhoria ligeira dos níveis de 2017. O endividamento total e líquido desceu durante 2018 e o rácio de capitais próprios face ao ativo manteve-se em 48 %.

As fontes de financiamento apresentaram-se 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 2018 eram cumpridas. As linhas de crédito e papel comercial disponíveis e não utilizadas, no final de 2018, ascenderam a 21 452 milhares de euros e o EBITDA excedia largamente a dívida que se vence em 2019.

Fig. 20 - Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	181 809	165 463	174 027	174 386	179 773
EBITDA	40 245	40 077	41 517	40 134	40 912
Resultado líquido	21 573	19 787	19 101	17 300	16 475
Ativo	293 890	301 244	315 079	328 001	332 042
Passivo	150 371	159 803	176 135	191 967	197 154
Capital próprio	143 519	141 442	138 944	136 034	134 888

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

NOS, SGPS, S.A.

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. Em 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 S.A., 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 S.A. 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 Sistemas dedica-se à gestão de *datacenters* e à prestação de serviços de consultadoria na área dos sistemas de informação.

A NOS Inovação tem como principais atividades a realização e a dinamização de atividades científicas de investigação e desenvolvimento (detém toda a propriedade intelectual desenvolvida dentro do grupo NOS, pretendendo garantir o retorno do investimento inicial através da comercialização de patentes e concessões de exploração comercial resultante do processo de criação de produtos e serviços), a demonstração, divulgação, transferência de tecnologia e formação, nos domínios dos serviços e sistemas de informação e de soluções fixas e móveis de última geração, de televisão, internet, voz e dados.

As ações representativas do capital da NOS encontram-se cotadas na bolsa de valores Euronext Lisboa e integram o principal índice PSI 20. A NOS é controlada por Isabel dos Santos, empresária, e pela Sonaecom, parte do grupo Sonae, da Família Azevedo através da participação de cerca de 52 % da ZOPT SGPS, S.A.. Os restantes acionistas detêm menos de 5 % da empresa, e entre eles encontram-se a MFS Investment, a BlackRock e o Norges Bank.

Em 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 (STVS) e operador televisivo.

2018 foi um ano de quase estabilidade para a NOS. As receitas de exploração cresceram cerca de 1 %, a refletir a maturidade da operação *core* de telecomunicações e um abrandamento na adesão a estes serviços, em comparação com os primeiros anos após a fusão.

Os custos operacionais cresceram menos do que as receitas, em 2018, influenciando positivamente os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA), que subiram 4,6 % para 590 774 milhares de euros, a par do aumento da respetiva margem.

Em 2018, a NOS fechou o ano com um resultado líquido de cerca de 140 milhões de euros. A totalidade do resultado líquido distribuível foi afeta a dividendos, que implicaram um *pay-out* de 128 %.

A NOS é uma empresa sólida, com indicadores de endividamento conservadores. O rácio dívida líquida/EBITDA situou-se em 1,9x e o fluxo de caixa operacional em percentagem do endividamento atingiu os 58 %, ambos em melhoria face a 2017. Tanto o fluxo de caixa operacional como o EBITDA de 2017 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. 21 - Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	1 576 161	1 561 783	1 514 969	1 444 305	1 383 934
EBITDA	590 774	564 973	534 327	516 765	486 695
Resultado líquido	140 902	124 221	89 996	82 720	74 711
Ativo	2 925 543	2 967 067	2 982 641	2 976 494	2 955 931
Passivo	1 841 661	1 880 699	1 929 543	1 912 972	1 895 801
Capital próprio	1 083 883	1 086 368	1 053 098	1 063 522	1 060 129

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

NOWO COMMUNICATIONS S.A.

A Nowo Communications S.A. (NOWO ou empresa), anteriormente conhecida por Cabovisão – Televisão por Cabo S.A. 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 serviço móvel através do serviço MVNO (Operador móvel virtual), com cobertura em diversas regiões de Portugal.

A Cabovisão foi o primeiro operador de cabo em Portugal com ofertas *Triple Play*, lançado em março de 2014, tendo sido igualmente pioneiro 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 empresa detém, desde 8 de agosto de 2013, uma participação social de 100 % e respetivos direitos de voto no capital da Winreason, S.A., acionista da Oni – SGPS, S.A. que é a *holding* do Grupo Oni, no qual se encontra incluída a Onitelem – Infocomunicações, S.A.

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 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.

Da Cabovisão, a NOWO manteve a rede, uma das maiores redes híbridas de fibra ótica e cabo coaxial com mais de 14 000Km e que chega a mais de 900 000 casas. O acordo MVNO – operador móvel virtual que utiliza a rede de outro operador – celebrado em janeiro de 2016, deu à NOWO cobertura móvel a nível nacional, com velocidades 4G, permitindo-lhe criar uma oferta móvel disponível em todo o país e no estrangeiro, através dos acordos de *roaming* estabelecidos com os operadores de outros países.

A empresa era anteriormente controlada a 100 % pela Altice, uma empresa que detém, entre outros, a MEO em Portugal. 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 mais de 80 % do capital. Em 2018 a norte-americana KKR adquiriu o controlo exclusivo indireto sobre a Cabolink.

É regulada pela ERC na qualidade de operador de distribuição de televisão.

O ano de 2018 foi de contração para a NOWO. As receitas de exploração desceram 5,7 %, a refletir a *performance* positiva dos serviços de internet, que apresentaram um crescimento de 23 %, compensados pela contração no segmento de TV cabo, telefone e aluguer de fibra ótica. A ausência de perdas em subsidiárias, menores imparidades e alguma contenção de custos criaram condições para o crescimento dos resultados antes de impostos, resultados

financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) em 20,9 %, que se situaram nos 3869 mil euros, a par do aumento da respetiva margem.

O resultado operacional foi negativo, dadas as depreciações e amortizações realizadas, tal como o resultado líquido, que revelou um prejuízo inferior ao de 2017.

Face a 2017, as dívidas total e líquida diminuíram, mas a empresa continua bastante alavancada, com um rácio de dívida líquida/EBITDA de 15,7x. O credor da dívida é o próprio acionista, o que é um mitigante do risco.

Uma vez que, à data de fecho do presente relatório, a NOWO não disponibilizou as demonstrações financeiras completas e auditadas relativas a 2018, não é possível detalhar mais a análise financeira.

Fig. 22 - Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	68 299	72 391	70 953	85 336	97 721
EBITDA	3 869	3 201	4 277	11 678	8 346
Resultado líquido	-17 891	-20 976	-19 792	-17 064	-28 284
Ativo	258 860	228 068	223 356	108 114	196 282
Passivo	257 080	256 397	230 709	95 675	166 779
Capital próprio	1 780	-28 329	-7 353	12 439	29 503

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

PÚBLICO COMUNICAÇÃO SOCIAL S.A.

O Público Comunicação Social S.A. (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. Durante algum tempo, participaram no seu capital social empresas de comunicação estrangeiras, nomeadamente as detentoras dos diários El País (Espanha) e La Republica (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, S.A. Mais tarde, lançou suplementos especiais, livros, enciclopédias, CD, CD-ROM (a partir de 1999) e DVD (a partir de 2003).

A empresa tem vindo a consolidar o seu processo de internacionalização no Brasil, reforçando a parceria com a Globo, no sentido de fortalecimento dos lanços entre os dois países, e em 2018 iniciou o projeto "+ Perto" financiado pela Google.

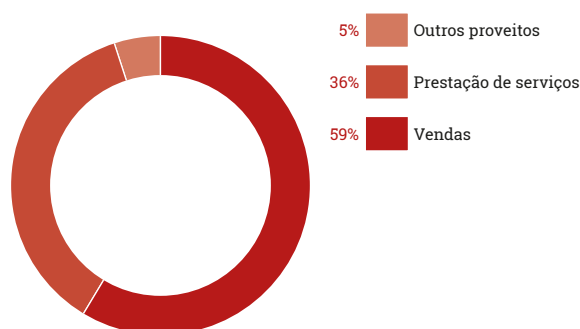
O Público é detido a 100 % pela Sonaecom, uma empresa do grupo Sonae, cotada na Euronex Lisboa. Indiretamente, a Efanor Investimentos SGPS, é o acionista controlador, propriedade da família Azevedo, herdeiros de Belmiro Mendes de Azevedo.

2018 continuou a ser um ano difícil para o Público em termos de resultados, embora as receitas operacionais tenham continuado a trajetória de recuperação iniciada em 2017.

As receitas operacionais cresceram 3,6 %, atingindo 15 669 mil euros, resultado do crescimento das vendas e contração das receitas de prestação de serviços, designadamente publicidade.

A estrutura de custos operacionais, contrariamente, agravou-se, resultado de maiores custos com fornecimentos e serviços externos, o que causou a quebra dos resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) de 1,4 %, mantendo-os em terreno negativo de 3353 milhares de euros. O prejuízo líquido atingiu 3327 milhares de euros.

Fig. 23 - Composição das receitas de exploração em 2018



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Apesar dos fluxos de caixa negativos durante o ano, o Público conseguiu apresentar uma posição líquida de dívida, mais uma vez resultado de prestações acessórias e de um aumento de capital que totalizaram 4000 milhares de euros.

Fig. 24 - Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	15 669	15 131	14 799	15 322	16 844
EBITDA	-3 353	-3 402	-3 554	-5 754	-2 782
Resultado líquido	-3 327	-3 503	-3 704	-5 948	-2 588
Ativo	8 397	8 050	9 019	8 352	9 102
Passivo	5 468	5 982	8 948	8 317	8 834
Capital próprio	2 930	2 068	71	35	268

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, S.A.

A Rádio e Televisão de Portugal, S.A. (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, 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.

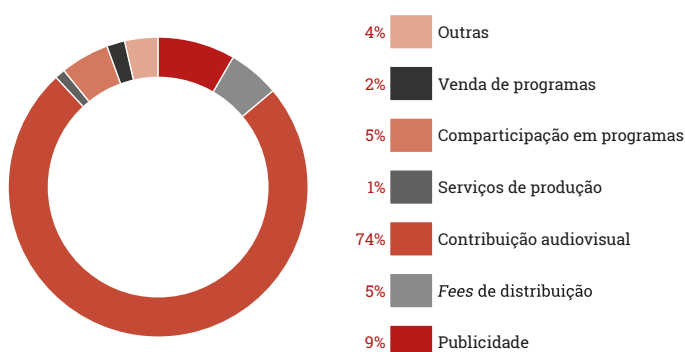
Com 83 anos de Rádio, 61 de Televisão e 21 de *Online*, em 2007, estes meios, historicamente dispersos em várias empresas, fundiram-se numa só, dando origem à RTP, no formato atual.

A RTP opera os canais RTP1, RTP2, RTP3, RTP Memória, RTP África, RTP Internacional, RTP Açores e RTP Madeira e 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.

Em 2018, as receitas de exploração cresceram 11,5 %, face a 2017, resultado do crescimento de todas as fontes de receitas, com especial destaque para o crescimento dos *fees* de distribuição e receitas com produção, participação e vendas de programas.

De salientar que, na RTP, a publicidade apenas representava cerca de 9 % das receitas de exploração, enquanto a contribuição para o audiovisual (CAV) atingiu 74 % (Figura 25). Este perfil tem-se mantido bastante estável ao longo dos anos, mas em 2018 revelou-se uma perda de peso da CAV, em detrimento de fontes como produção, participação e vendas de programas.

Fig. 25 - Composição das receitas de exploração em 2018



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Neste enquadramento, os custos aumentaram, nomeadamente os custos de grelha, alugueres e custos com o pessoal, consequência também da ocorrência de eventos como o Festival da Canção e o Mundial de Futebol. Acresce que, em 2018, a RTP não fez qualquer reversão de provisões, tal como em 2017, o que explicou o decréscimo dos resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA), de 5,2 % para 11 788 milhares de euros, bem como da margem respetiva.

Já a nível de resultado líquido, verificou-se um aumento franco face a 2017, de 130 para cerca de 330 milhares de euros, a refletir menores pagamentos de impostos.

A capacidade de geração de fluxos de caixa operacionais foi positiva e suficiente para cobrir os investimentos em ativos fixos realizados durante o ano, uma ocorrência pioneira nos últimos cinco anos, a refletir o aumento das receitas e consequentemente dos recebimentos efetivos de clientes, que mais que compensaram o efeito negativo dos pagamentos a fornecedores. As obrigações de cumprimento com o calendário de vencimentos de dívida e juros causaram um ligeiro aumento na dívida líquida da empresa.

O *stock* de dívida acumulada aumentou, representando, no final de 2018, cerca de 33 % do ativo. A dívida líquida situou-se em 8,6x o EBITDA, valor sintomático do elevado grau de alavancagem da RTP, embora melhor que no ano anterior. Nem o EBITDA nem o *cash flow* operacional perfizeram montantes suficientes para cobrir a dívida que vai vencer-se durante 2019.

O capital próprio permaneceu negativo, em cerca de 12 493 milhares de euros, resultado dos prejuízos acumulados ao longo de anos, mas a evidenciar uma trajetória de melhoria, quer por via dos resultados positivos, quer do aumento de capital de 2017 ou dos subsídios ao investimento em 2018.

A RTP é detida a 100 % pelo Estado português, através da Direção-Geral do Tesouro e das Finanças.

Fig. 26 - Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	238 803	214 180	213 195	210 309	212 759
EBITDA	11 788	12 419	10 380	12 840	10 515
Resultado líquido	330	130	1 641	3 985	38 226
Ativo	321 704	350 632	344 569	339 333	332 964
Passivo	334 197	363 864	368 407	365 033	362 566
Capital próprio	-12 493	-13 232	-23 838	-25 701	-29 602

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

VODAFONE PORTUGAL – COMUNICAÇÕES PESSOAIS S.A.

A Vodafone Portugal – Comunicações Pessoais S.A. (Vodafone Portugal ou empresa) é parte da empresa multinacional britânica de telecomunicações móveis com presença significativa na Europa, Médio Oriente, África e Ásia Pacífico, em 25 países e em outros 44 através de redes parceiras, totalizando 531,9 milhões de clientes móveis e 20,4 milhões de clientes fixos em todo o mundo.

A Vodafone entrou no mercado português em 1992 como operador focado no segmento móvel. Foi o primeiro operador a trazer a internet para o telemóvel, com a tecnologia WAP (*Wireless Application Protocol*) e 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).

Apostou na convergência entre o telemóvel, o 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.

Hoje é um operador global de telecomunicações convergente com presença relevante nos vários segmentos que compõem o mercado, com uma cobertura de rede de abrangência nacional, chegando a três milhões de casas e empresas com a sua rede de fibra de última geração e 4,7 milhões de clientes de rede móvel.

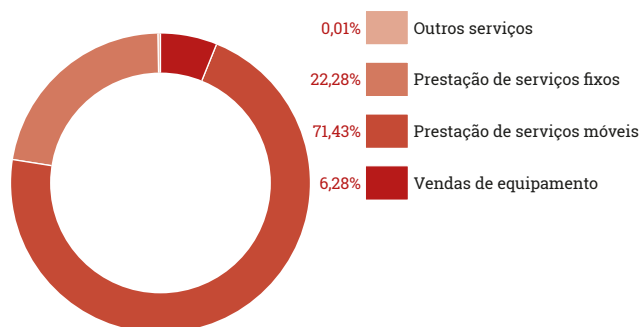
Em 2016, A Vodafone Portugal passou a integrar a estrutura acionista da SPORT TV Portugal, com uma participação de 25 % e, no final de junho de 2017, atingiu 500 mil clientes que utilizavam o serviço de TV.

Também em 2017, a Vodafone e a NOS celebraram um acordo de desenvolvimento e partilha de infraestruturas de abrangência nacional. Esta parceria permite à Vodafone Portugal chegar a mais 1,3 milhões de famílias e empresas, passando a totalizar cerca de quatro milhões de casas passadas com rede de última geração.

A Vodafone Portugal é 100 % detida pelo grupo Vodafone, uma das empresas de maior capitalização bolsista a nível mundial, cotada na bolsa de Londres. De dezembro de 1996 a maio de 2003, a empresa esteve cotada na Euronext Lisboa.

A Vodafone engloba no seu universo corporativo empresas reguladas pela ERC, na qualidade de operador de distribuição de STVS.

Fig. 27 - Composição das receitas de exploração em 2017/18



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

À data de fecho do presente relatório, a Vodafone Portugal não disponibilizou informação financeira à ERC relativa a 2018 (findo em março 2019). De salientar que o exercício anual da Vodafone encerra em março de cada ano.

Fig. 28 - Sumário de indicadores financeiros

Milhões de euros	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	1011,6	985,8	973,9	978,8
EBITDA	302,5	248,2	279,3	306,6
Resultado líquido	22,3	27,0	29,5	66,3
Ativo	1348,5	1390,8	1291,6	1136,8
Passivo	1097,5	1087,9	1015,7	890,4
Capital próprio	251,1	302,9	275,9	246,4

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

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

1. VISÃO GLOBAL

As informações expostas no presente capítulo, baseadas nas comunicações dos regulados ao abrigo das obrigações legais da transparência, revelam uma paisagem mediática plural, diversificada e dispersa, prevalecendo as entidades de pequena dimensão, que prosseguem a atividade de imprensa e que detêm uma única publicação periódica. São minoritárias as entidades com mais do que um órgão de comunicação social, sendo ainda mais residuais aquelas que combinam diferentes tipos de meios.

Do ponto de vista económico e financeiro, verifica-se uma concentração financeira nas sociedades anónimas, apesar do seu número reduzido comparativamente com outros tipos de sociedades. As maiores empresas, com ativos superiores a 10 milhões de euros, correspondem a 2,8 % das entidades registadas na Plataforma Digital da Transparência, mas representam perto de 88,5% dos ativos totais do setor. No espectro oposto, as pequenas entidades, com ativos abaixo dos 100 mil euros, ainda que traduzam 51,2 % das entidades registadas, representam apenas 0,7 % dos ativos.

Cerca de 69% das entidades que comunicaram dados financeiros relativos à atividade de comunicação social apresentaram resultados líquidos positivos e 74 % exibiram resultados operacionais ou resultados antes de custos financeiros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) também positivos. São dominantes determinados segmentos, com destaque para o televisivo, evidenciando-se, por outro lado, que a área da imprensa é a mais afetada por resultados líquidos negativos.

Não obstante, a comunicação social prossegue diferentes objetivos: apesar de se constituir como negócio, não se esgota nesta dimensão, ao visar finalidades simbólicas, promocionais, ideológicas ou culturais, entre outras. A informação comunicada comprova a transversalidade social do campo da comunicação social, o que contribui para dar visibilidade a outros campos, agentes e protagonistas de comunicação para além dos grupos empresariais mais reconhecidos. É neste quadro que se autonomizam, pela sua importância e dimensão, alguns âmbitos de atividade social, designadamente, o desporto, a saúde e bem-estar, o setor social e solidário e as religiões.

Constituindo a transparência dos *media* uma recente área de atuação do regulador dos *media*, a ERC dispõe hoje de um saber mais macro e preciso do setor que regula. Pela abrangência e diversidade de dados comunicados ao abrigo das disposições legais da transparência, poderemos antever que o seu cumprimento permitirá traçar, no futuro, um retrato mais completo 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, respetivas fontes de financiamento e práticas de gestão.

Reitera-se que uma das preocupações da ERC é tornar pública parte significativa desta informação, através de uma base de dados eletrónica oficial criada para o efeito, o Portal da Transparência.

O presente capítulo estrutura-se em duas partes principais: i) enquadramento das disposições legais da transparência; ii) apresentação e análise dos dados comunicados na Plataforma (até 3 de junho de 2019). Esta segunda parte, por sua vez, organiza-se em três pontos: a) caracterização das entidades registadas na Plataforma; b) exposição dos meios de comunicação social por setores de atividade económica e áreas sociais relevantes; c) aprofundamento das relações transversais de titularidade das principais empresas de *media* nacionais. Este último ponto implicou o desenho de estruturas de titularidade direta e indireta, a partir dos dados inseridos na Plataforma.

2. ENQUADRAMENTO DAS DISPOSIÇÕES LEGAIS DA TRANSPARÊNCIA

2.1 Âmbito de aplicação

A Lei n.º 78/2015, de 29 de julho (“Lei da Transparência”), 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 atividade principal a comunicação social. O âmbito de aplicação 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 ERC¹⁴⁸. 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 definitivos¹⁴⁹.

O universo regulado é disperso e diversificado, sendo composto por um elevado número de pessoas singulares e coletivas, de dimensões e recursos muito díspares¹⁵⁰. À data de 31 de dezembro de 2018, esse universo integrava 2.185 registos ativos de órgãos de comunicação social»¹⁵¹, com a distribuição seguinte.

Fig. 1 - Órgãos de comunicação social registados na ERC, por tipo (31 de dezembro de 2018)

Tipo de órgão de comunicação social	N.º	%
Publicações periódicas*	1770	81,01
Operadores de rádio	293	13,41
Serviços de programas distribuídos exclusivamente pela internet	87	3,98
Operadores de televisão	25	1,14
Operadores de distribuição	9	0,41
Empresas noticiosas	1	0,05
Total	2185	100,00

*Inclui publicações anotadas e registos provisórios

Fonte: ERC

¹⁴⁸ A este respeito, consultar o capítulo “Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social”, no presente Relatório de Regulação.

¹⁴⁹ 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.

¹⁵⁰ As pessoas coletivas correspondem juridicamente a sociedades comerciais, mas também a associações, cooperativas, fábricas de igreja, fundações ou Instituições Particulares de Solidariedade Social.

¹⁵¹ 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 não consistem em OCS numa aceção estrita.

2.2 Dimensões da transparência dos *media*

No quadro da Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, as dimensões da transparência dos *media* concretizam-se 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.

Na Figura 2 são esquematizadas as informações a prestar pelas entidades que prossigam atividades de comunicação social no quadro destas disposições legais.

Fig. 2 - Síntese das informações a comunicar à ERC no âmbito das disposições legais da transparência

Áreas de reporte	Quem comunica?	O quê?	Quando?
Titularidade	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
Gestão	Todos os regulados (pessoas coletivas)	Composição dos órgãos sociais	Comunicação inicial e atualizações
Órgãos de comunicação social	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
Dados financeiros	Regulados (pessoas singulares e coletivas) com contabilidade organizada	Dados financeiros; clientes relevantes e detentores relevantes do passivo	Anualmente, até 30 de abril
Governança corporativa	Sociedades comerciais reguladas	Relatório de governo societário	Anualmente, até 30 de abril

3. ANÁLISE DAS INFORMAÇÕES COMUNICADAS NA PLATAFORMA DIGITAL DA TRANSPARÊNCIA

Neste ponto apresenta-se uma visão panorâmica dos elementos comunicados pelos regulados na Plataforma da Transparência¹⁵², perspetivada a partir de três vertentes distintas:

- Características genéricas das entidades registadas na Plataforma Digital da Transparência;
- Exposição dos meios de comunicação social por setores de atividade económica e áreas sociais relevantes;
- Aprofundamento das relações transversais de titularidade das principais empresas de *media* nacionais.

¹⁵² A ERC desenvolveu uma plataforma digital, disponível no endereço <https://transparencia.erc.pt> desde 11 de abril de 2016, através da qual os regulados passaram a comunicar os dados e informações previstas nas disposições legais da transparência

Previamente, em termos metodológicos na sistematização destes elementos, deve salvaguardar-se que 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. O retrato traçado está necessariamente ancorado a um referente temporal, tendo a informação sido extraída a **3 de junho de 2019**.

Os dados apresentados neste subponto dizem respeito a entidades que **detêm diretamente** órgãos de comunicação social, ou seja, aquelas que se registam, em primeira instância, na Plataforma Digital da Transparência. Designamos estas entidades por “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”, *i.e.*, iguais ou superiores a 5 % no capital social das entidades que diretamente detêm órgãos de comunicação social.

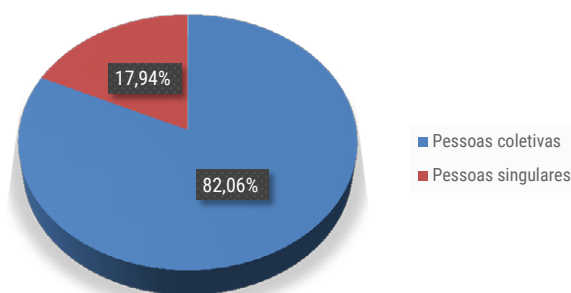
A lógica de grupos de *media* que agrega participações de várias entidades que detêm diretamente OCS, é explorada no ponto 3.3.

3.1 Características genéricas das entidades registadas na Plataforma Digital da Transparência

Fazendo um ponto de situação do reporte à ERC até 3 de junho de 2019, estavam registadas na Plataforma da Transparência **1399 entidades que prosseguem atividades de comunicação social, que detinham diretamente 1736 órgãos de comunicação social**.

Um total de 82,1 % destas entidades corresponde a pessoas coletivas e 17,9 % a 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).

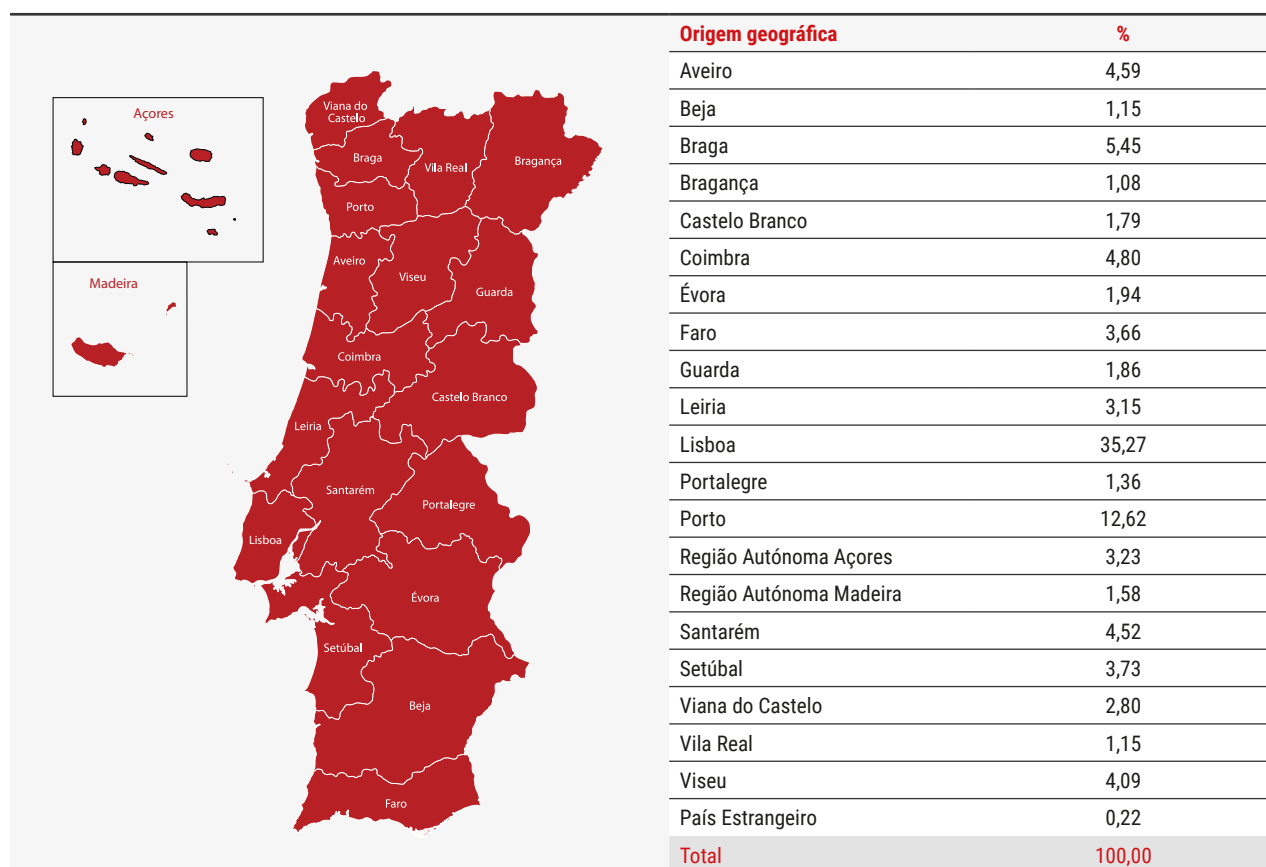
Fig. 3 - Pessoas singulares e coletivas registadas na Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)



Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Os distritos do litoral, com destaque para Lisboa (35,27 %) e Porto (12,62 %), concentram o maior número de entidades registadas na Plataforma da Transparência. Em sentido contrário, Bragança (1,08 %) e Beja e Vila Real (1,15 %) correspondem aos distritos com menor número de entidades registadas. Perto de 5 % das entidades estão sedeadas nas Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira.

Fig. 4 - Origem geográfica das entidades registadas na Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)



As sociedades por quotas constituem o principal tipo de pessoas coletivas registadas (36,3 %), seguindo-se as associações (21,0 %), as sociedades unipessoais por quotas (10,7 %), as sociedades anónimas (8,9 %), as cooperativas (8,3 %) e as entidades religiosas (7,9 %), que correspondem, sobretudo, a 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 (56,0 %). As principais pessoas coletivas de forma não societária são as associações e, a larga distância, as cooperativas e as entidades religiosas (16,83 %, somadas). As demais figuras jurídicas são residuais.

Fig. 5 - Tipo de sociedade das pessoas coletivas registadas na Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

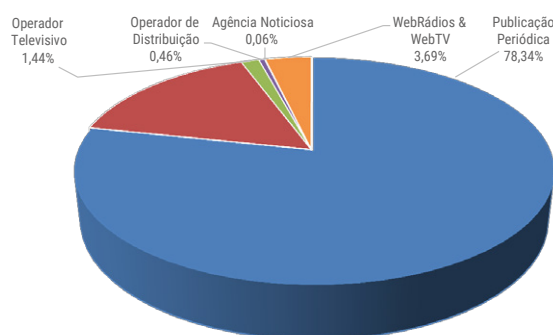
Tipo de Sociedade	%
Sociedade por quotas	36,33
Associação	20,96
Sociedade unipessoal por quotas	10,74
Sociedade anónima	8,91
Cooperativa	8,38
Entidade religiosa	7,86
Instituição Particular de Solidariedade Social	2,97
Fundação	1,66
Outras	2,18
Total	100,00

Fonte: Plataforma Digital da Transparência

A categoria "Outras" inclui Comunidade intermunicipal; Instituto; Município; Ordem profissional; Partido político; Pessoas coletivas de direito público (com exceção do setor empresarial do Estado); Sindicato / organização sindical; Sociedades irregulares.

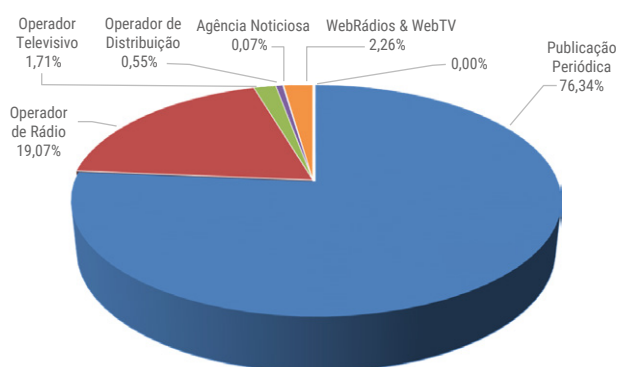
As publicações periódicas, que correspondem ao maior número de órgãos de comunicação social regulados pela ERC, são também o principal tipo de órgão de comunicação social detido pelas entidades registadas na Plataforma da Transparência (78,34 %). Seguem-se as entidades que detêm operadores de rádio (16,01 %). É mais residual a associação a operadores de televisão (1,44 %), web rádios e web TV (3,69 %), operadores de distribuição (0,46 %) e empresas noticiosas (0,06 %).

Fig. 6 - Tipos de OCS detidos pelas entidades (pessoas singulares e coletivas) registadas na Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)



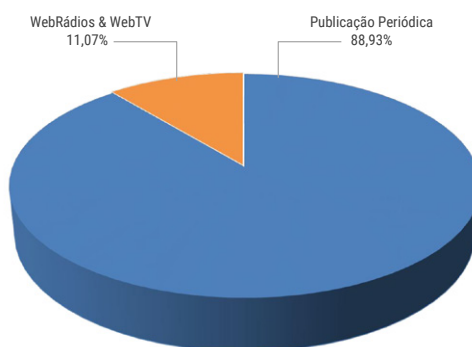
Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Fig. 7 - Tipos de OCS detidos por pessoas coletivas registadas na Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)



Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Fig. 8 - Tipos de OCS detidos por pessoas singulares registadas na Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)



Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Do total das entidades registadas, 88,64 % detêm um único órgão de comunicação social, sendo as restantes 11,36 % detentoras de mais do que um OCS. Reportando-nos a este último subconjunto, praticamente 80 % são *monomedia* (editam apenas um tipo de OCS) e 20 % são *plurimedia*, possuindo diferentes tipos de OCS, em combinações variadas.

As entidades *monomedia* com mais do que um OCS foram identificadas exclusivamente na área da imprensa, sendo que a maior parte detém apenas duas publicações periódicas.

Fig. 9 - N.º de publicações periódicas detidas pelas entidades *monomedia* registadas na Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

N.º de publicações periódicas	%
2	64,57
3	14,96
4	7,09
5	4,72
6	2,36
7	2,36
10 ou mais	3,94
Total	100,00

Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Do universo das entidades *plurimedia* que detêm órgãos de comunicação social de diferentes tipos, a combinação mais comum, verificada em cerca de 72 % dos casos, agrega rádio e imprensa. Uma pequena percentagem realiza outras conjugações ou edita mais do que dois tipos distintos de OCS.

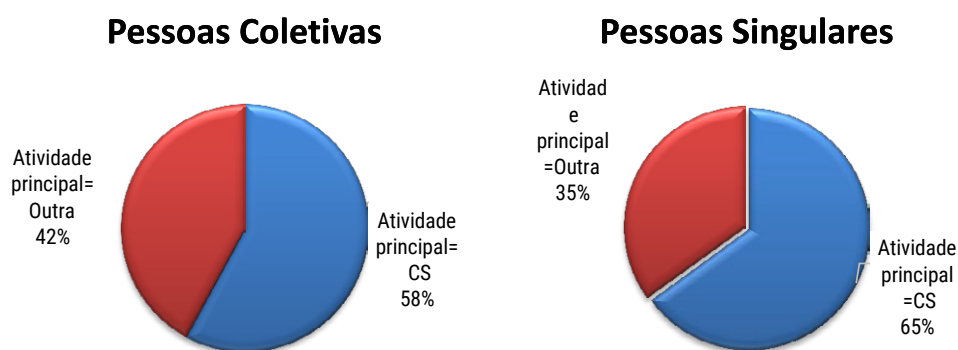
Fig. 10 - Entidades *plurimedia* registadas na Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Tipos de OCS	%
Rádio e imprensa	71,88
Rádio e <i>web</i> rádio	6,25
Televisão e imprensa	6,25
Imprensa e <i>web</i> rádio	6,25
Rádio e televisão	3,13
Rádio e <i>webTV</i>	3,13
Operador de distribuição e imprensa	3,13
Total	100,00

Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Como referido anteriormente, o âmbito de aplicação da Lei da Transparência 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 relativos apenas à atividade de comunicação social, se lhes for possível essa desagregação.

Assim, os dados inseridos na Plataforma permitem-nos indicar que **61,5 % das entidades registadas têm como atividade principal a comunicação social**. Se olharmos apenas para as pessoas coletivas registadas, esse indicador desce para os 57,9 %; no que se refere às pessoas singulares, esse valor sobe para 65 %.

Fig. 11 - Atividade principal das entidades (pessoas coletivas e singulares) registadas na Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

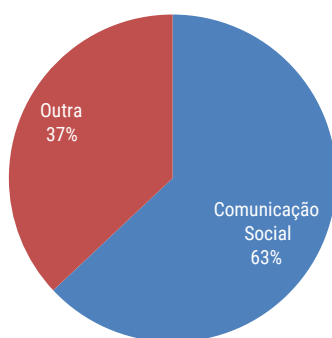
Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Debruçamo-nos agora sobre o leque das entidades que reportaram dados financeiros relativos à atividade de comunicação social (entidades em que a comunicação social é a atividade principal ou que, sendo outra a atividade principal, reportaram dados financeiros desagregados referentes à atividade de comunicação social).

Nos parágrafos seguintes, a exposição centra-se na categoria “ativo total”¹⁵³. Este indicador permite aferir a escala das operações de uma entidade, independentemente da sua saúde financeira, ou seja, 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.

Sendo o setor de comunicação social altamente granular, com mais de dois mil órgãos registados na ERC, verifica-se que 63 % das entidades que reportaram informação financeira na Plataforma da Transparência têm como objeto principal a comunicação social, referindo-se os restantes 37 % a empresas com outra atividade principal. Destas últimas, apenas 5% conseguem autonomizar, para efeitos de reporte financeiro, a atividade de comunicação social. As restantes 95% reportaram indicadores financeiros para a sua atividade consolidada.

Figura 12 - Atividade principal das entidades que reportaram informação financeira (03.06.2019)

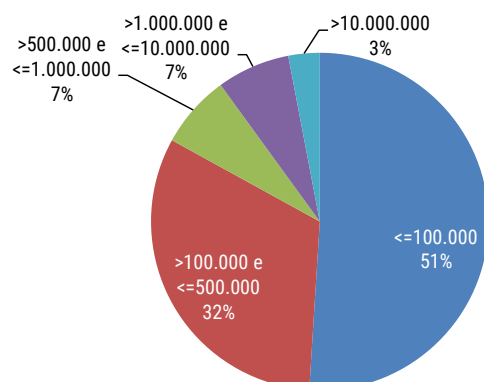


Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Os ativos totais comunicados por estas entidades ascenderam a **1,2 mil milhões de euros, em 2018**.

As empresas do setor são, na generalidade, de pequena dimensão. Quando se observa a escala do ativo, constata-se que 51 % das entidades que reportaram indicadores financeiros relativos à atividade de comunicação social apresentaram um ativo inferior a 100 mil euros.

Fig. 13 - Dimensão por ativo das entidades que reportaram informação financeira relativa à comunicação social, em € (03.06.2019)



Fonte: Plataforma Digital da Transparência, cálculos ERC

¹⁵³ 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).

Por outro lado, as entidades de maior dimensão têm bastante peso no setor. As entidades com ativos superiores a 10 milhões de euros, que representam apenas 2,8 % do total de entidades, concentram 88,5 % dos ativos totais do setor da comunicação social. Aquelas com ativos superiores a 100 milhões de euros representaram 73 % dos ativos totais reportados na Plataforma da Transparência e afetos à atividade de comunicação social. Esta percentagem representa um aumento face a 2017, o que sugere maior concentração setorial.

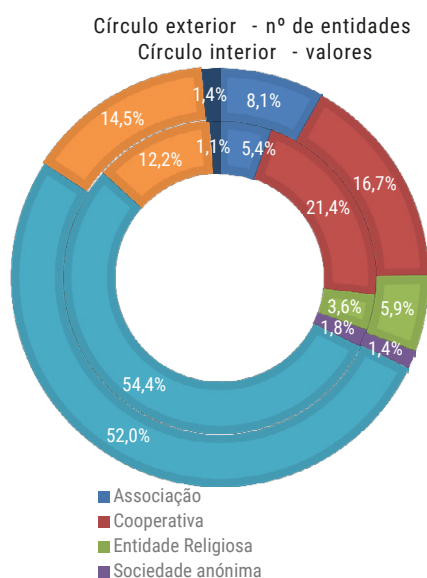
Fig. 14: -Dimensão por ativo das entidades que reportaram informação financeira relativa à atividade de comunicação social (03.06.2019)

Ativo total (€)	Entidades (%)	Ativo total (€)	Ativo total (%)
<=100 mil	51,2%	9 104 178	0,7%
>100 mil e <=500 mil	32,3%	31 984 444	2,5%
>500 mil e <=1 milhão	6,9%	21 647 107	1,7%
>1 milhão e <=10 milhões	6,9%	82 226 981	6,5%
>10 milhões	2,8%	1 112 296 241	88,5%
Total	100,0%	1 257 258 952	100,0%

Fonte: Plataforma Digital da Transparência, cálculos ERC

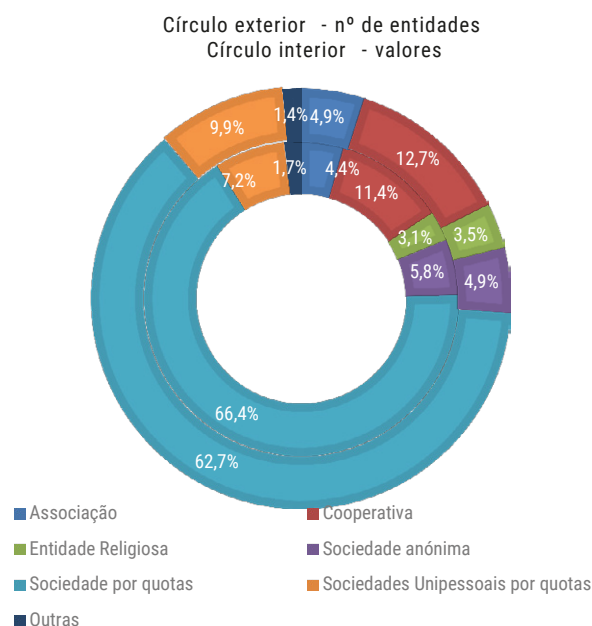
Procedendo a um cruzamento entre a dimensão do ativo e o tipo de sociedade, verifica-se que, quanto maior o ativo, menos diversificados são os tipos de sociedade. O desenvolvimento da atividade tende a concentrar-se num número reduzido de sociedades comerciais, sobretudo anónimas, tornando-se raras as pessoas coletivas não societárias, como associações ou cooperativas.

Fig. 15 - Entidades registadas na Plataforma da Transparência com ativo total inferior a 100 mil € por tipo de sociedade (03.06.2019)



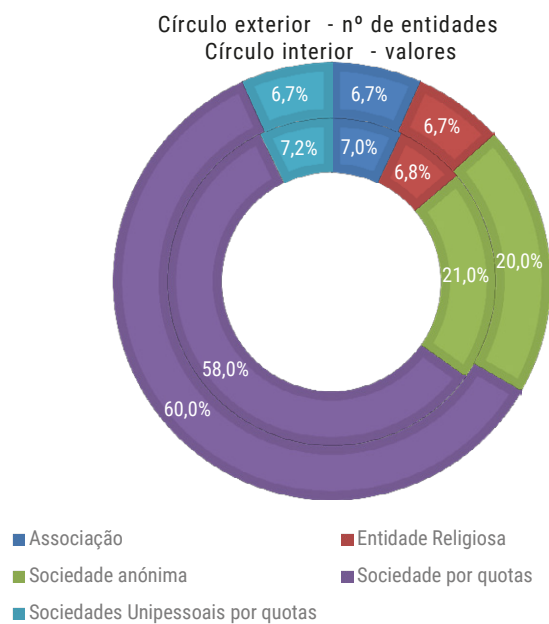
Fonte: Plataforma Digital da Transparência, cálculos ERC

Fig. 16 - Entidades registadas na Plataforma da Transparência com ativo total entre =>100 mil€ e <500 mil€ por tipo de sociedade (03.06.2019)



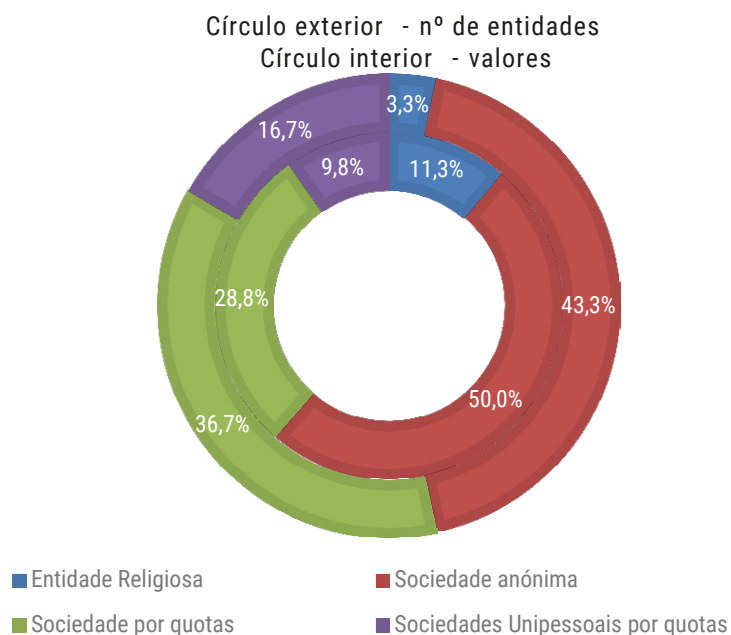
Fonte: Plataforma Digital da Transparência, cálculos ERC

Fig. 17 - Entidades registadas na Plataforma da Transparência com ativo total entre =>500 mil€ e <1 milhão€ por tipo de sociedade (03.06.2019)



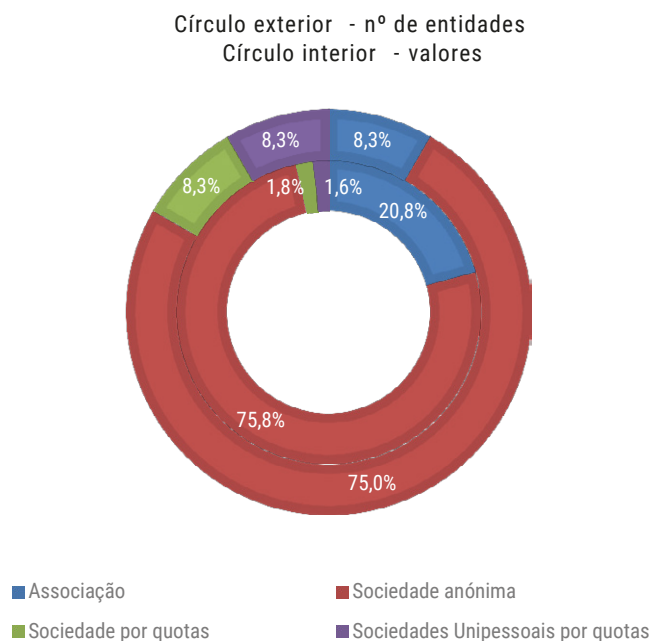
Fonte: Plataforma Digital da Transparência, cálculos ERC

Fig. 18 - Entidades registadas na Plataforma da Transparência com ativo total entre =>1 milhão € e <10 milhões € por tipo de sociedade (03.06.2019)



Fonte: Plataforma Digital da Transparência, cálculos ERC

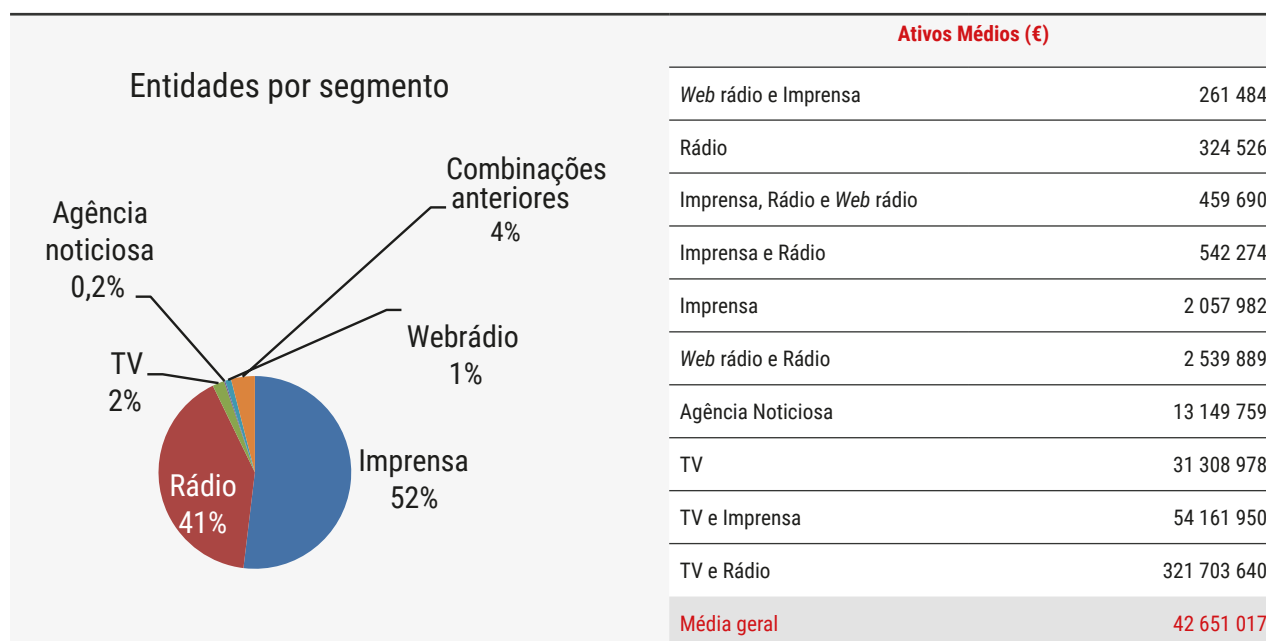
Fig. 19 - Entidades registadas na Plataforma da Transparência com ativo total >10 milhões € por tipo de sociedade (03.06.2019)



Fonte: Plataforma Digital da Transparência, cálculos ERC

As entidades com ativos de maior dimensão correspondem aos operadores de televisão, com ativos médios na ordem dos 31 milhões de euros. As entidades detentoras de publicações periódicas e de operadores de rádio apresentaram ativos médios entre os 2 e os 2,5 milhões de euros, respetivamente. As entidades detentoras de operadores de televisão e publicações apresentaram ativos de 54 milhões de euros. A RTP, S.A., que é simultaneamente operadora de televisão e de rádio, reportou ativos de 321,7 milhões de euros. O ativo correspondente a empresas noticiosas, de 13 milhões de euros, corresponde à Agência Lusa, S.A.

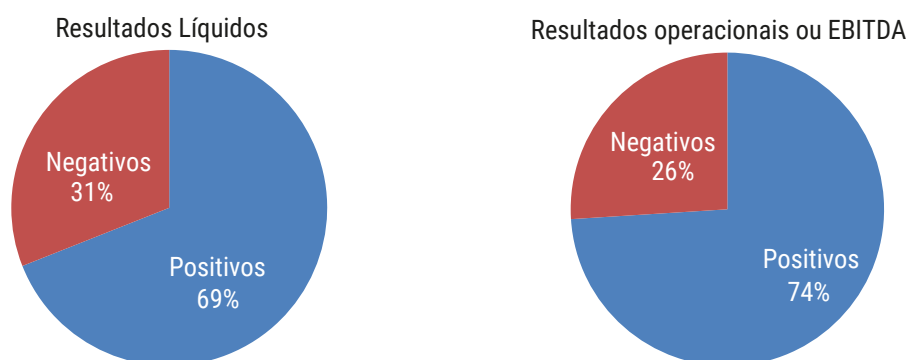
Fig. 20 - Entidades que reportaram informação financeira relativa à comunicação social (03.06.2019)



Fonte: Plataforma Digital da Transparência, cálculos ERC

Em geral, pode dizer-se que o setor é rentável. Cerca de 69 % das empresas de comunicação social, ou que conseguem autonomizar essa atividade nas suas contas, apresentaram resultados líquidos positivos, e 74 % exibiram resultados operacionais ou resultados antes de custos financeiros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) também positivos.

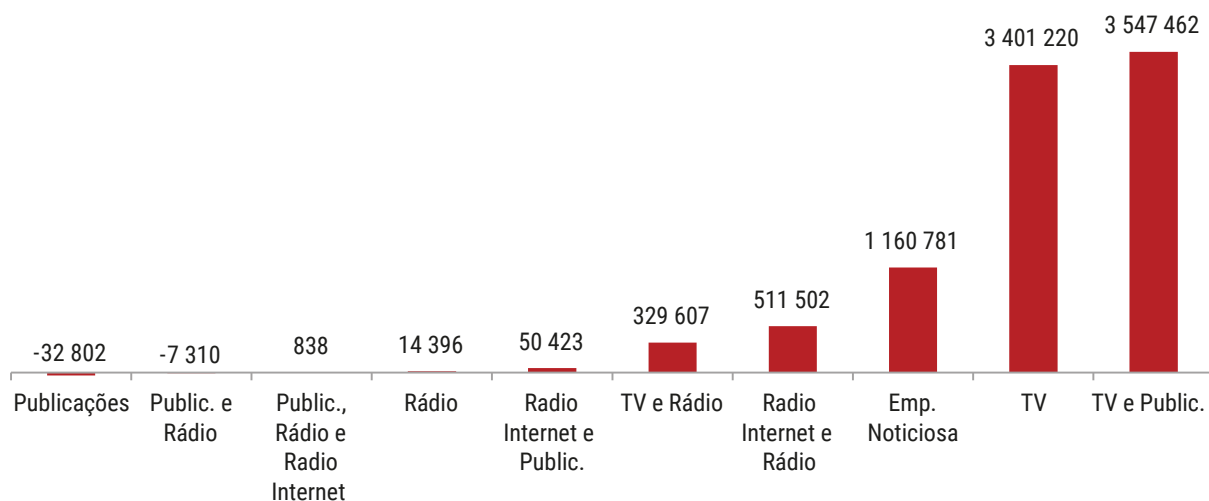
Fig. 21 - Entidades que reportaram informação financeira relativa à comunicação social (03.06.2019)



Fonte: Plataforma Digital da Transparência, cálculos ERC

Em 2018, apenas em dois segmentos foram apresentados resultados líquidos médios negativos, ambos expostos ao negócio de publicações periódicas, que mais fortemente tem sido atingido pela concorrência da internet. Por outro lado, foram precisamente os segmentos com operações na internet, eminentemente a rádio, em que menor número de empresas apresentou resultados líquidos negativos.

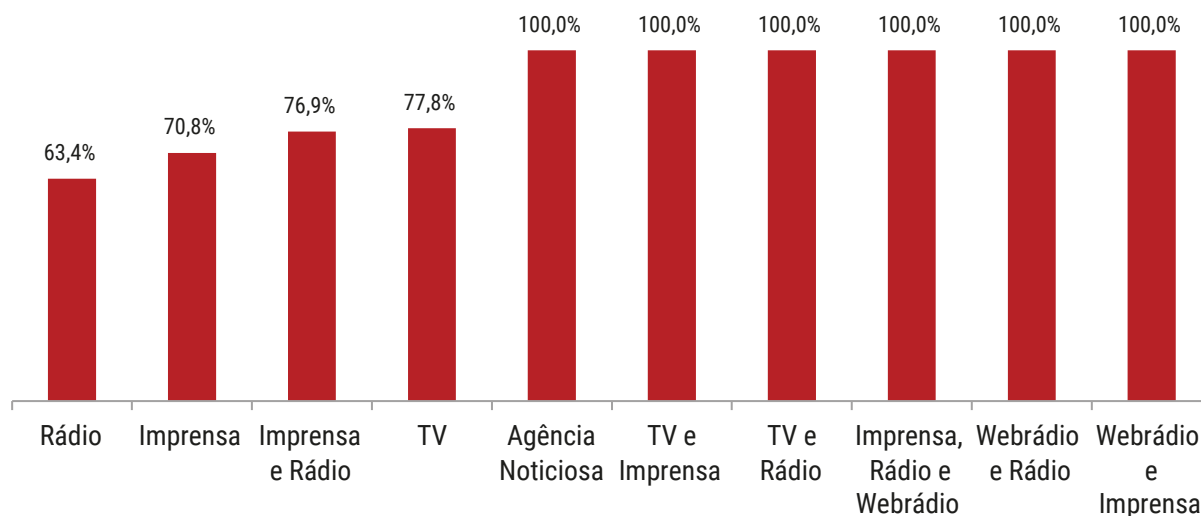
Fig. 22 - Resultados líquidos médios por segmento das entidades que reportaram informação financeira relativa à comunicação social, em euros (03.06.2019)



Fonte: Plataforma Digital da Transparência, cálculos ERC

Imprensa	-32 802
Imprensa e Rádio	-7 310
Imprensa, Rádio e Webrádio	838
Rádio	14 396
Webrádio e Imprensa	50 423
TV e Rádio	329 607
Webrádio e Rádio	511 502
Agência Noticiosa	1 160 781
TV	3 401 220
TV e Imprensa	3 547 462

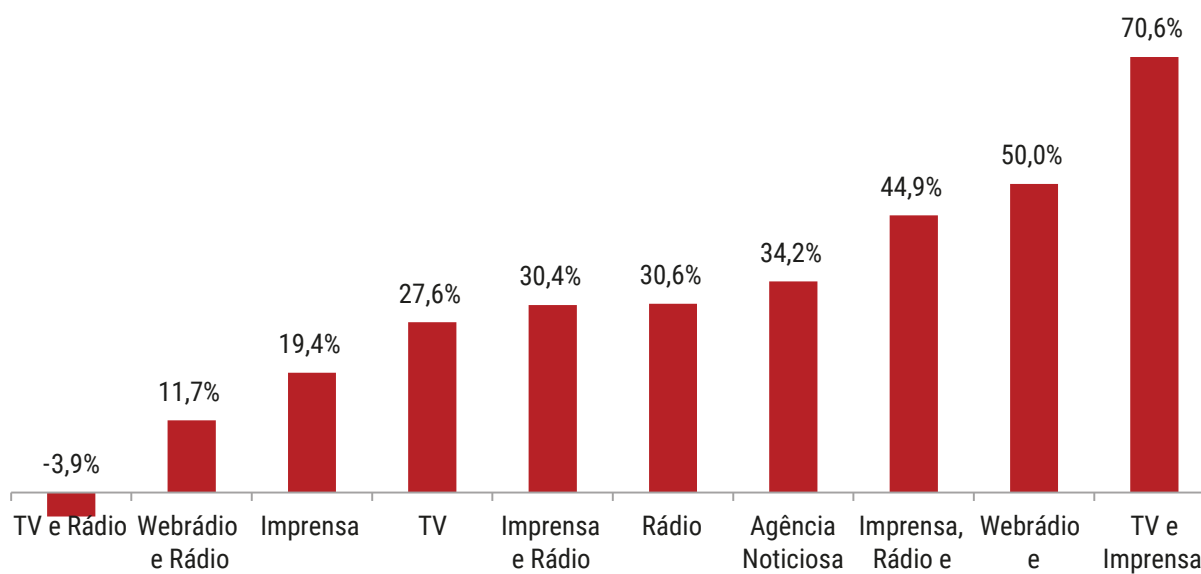
Fig. 23 - Resultados líquidos positivos por segmento das entidades que reportaram informação financeira relativa à comunicação social (03.06.2019)



Fonte: Plataforma Digital da Transparência, cálculos ERC

No entanto, a alavancagem permanece elevada, uma vez que a proporção de capitais próprios em relação aos ativos continuou bastante baixa, abaixo dos 50 % na maioria dos casos. De salientar que a informação relativa ao segmento de TV e rádio é influenciada negativamente pelo facto de a RTP ter capitais próprios negativos e ser uma empresa de grande dimensão no enquadramento setorial português.

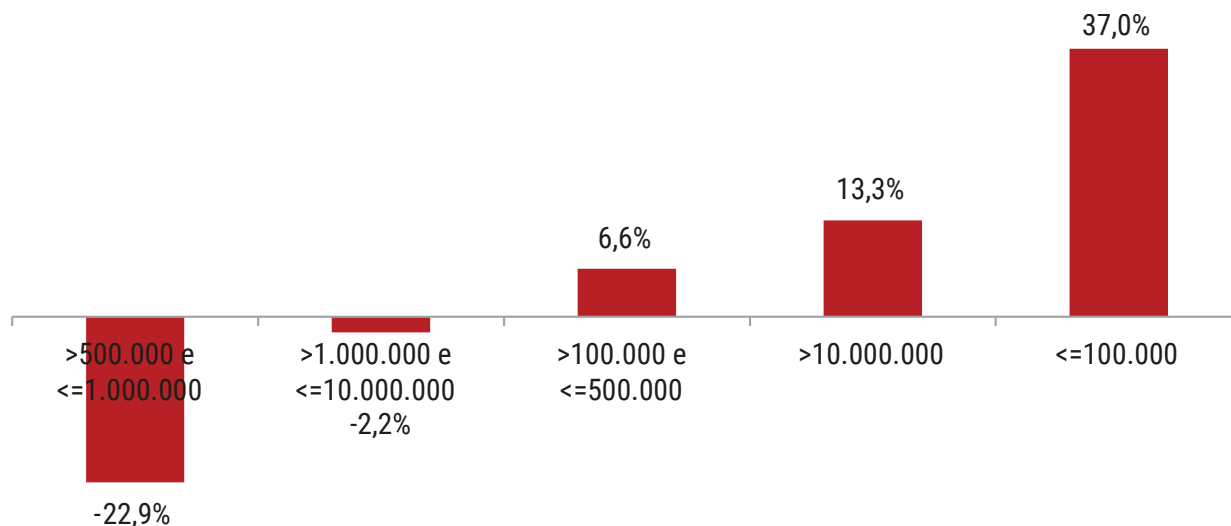
Fig. 24 - Capital próprio / ativo médio por segmento das entidades que reportaram informação financeira relativa à comunicação social (03.06.2019)



Fonte: Plataforma Digital da Transparência, cálculos ERC

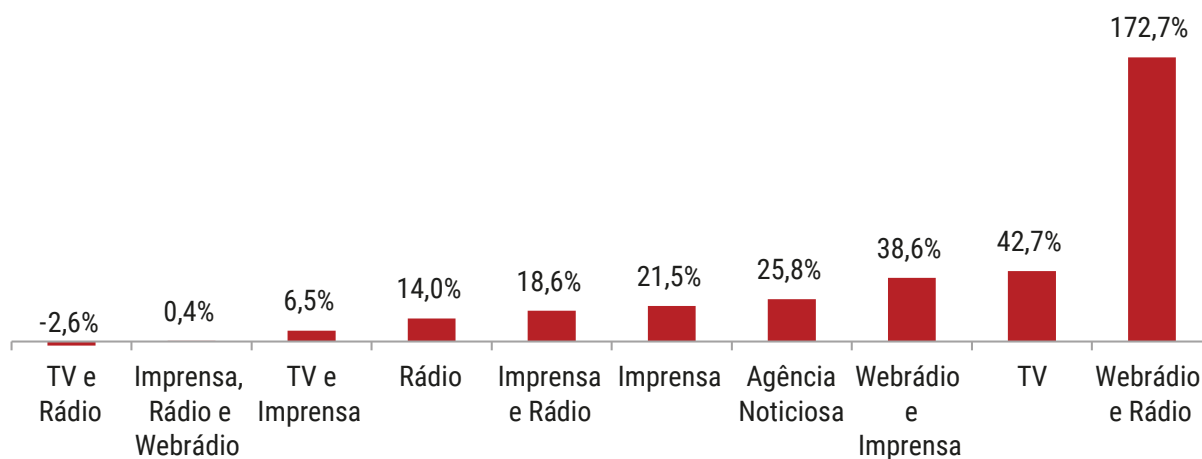
Em termos de rentabilidade dos capitais próprios, constata-se que as empresas de menor dimensão e mais expostas ao segmento de internet foram as mais rentáveis em 2018.

Fig. 25 - Rentabilidade dos capitais próprios por dimensão de ativo das entidades que reportaram informação financeira relativa à comunicação social (03.06.2019)



Fonte: Plataforma Digital da Transparência, cálculos ERC

Fig. 26 - Rentabilidade dos capitais próprios por segmento das entidades que reportaram informação financeira relativa à comunicação social (03.06.2019)



Fonte: Plataforma Digital da Transparência, cálculos ERC

A análise individual de um conjunto selecionado de empresas é feita no capítulo de análise económico-financeira do presente relatório de regulação.

3.2 Meios de comunicação social por setores de atividade económica e áreas sociais

A caracterização das entidades reguladas e dos órgãos de comunicação social inscritos na Plataforma Digital da Transparência por áreas e setores de atividade económica assume particular interesse pelo seu número e por representarem a quase totalidade dos setores portugueses.

Na realidade, constata-se que a grande maioria das empresas e/ou associações representativas dos vários setores da atividade económica detêm pelo menos um OCS, o qual, na grande maioria dos casos, consiste numa publicação periódica.

As áreas de âmbito social estão igualmente representadas na Plataforma através da propriedade de, essencialmente, publicações periódicas.

Neste exercício de agrupamento das entidades por setores, áreas de atividade e áreas sociais, escolhemos destacar as seguintes pela sua atualidade, interesse e dimensão:

1. Saúde e Bem-estar;
2. Desporto;
3. Social e Solidário;
4. Religião.

Na separação dos OCS registados na Plataforma da Transparência pelas áreas acima descritas tivemos em consideração ora a titularidade das participações e/ou dos direitos de votos das entidades que direta ou indiretamente os detêm ora a temática dos respetivos conteúdos.

3.2.1 Entidades reguladas e OCS da área da Saúde e Bem-estar

Os OCS da temática ou detidos por entidades pertencentes ao setor da Saúde e Bem-estar são tipicamente as publicações periódicas que, em 3 de junho de 2019, perfaziam um total de 48 na Plataforma da Transparência.

A estas publicações periódicas acresce um operador televisivo recentemente autorizado pela ERC: a sociedade Canalife, Serviços de Comunicação, S.A.

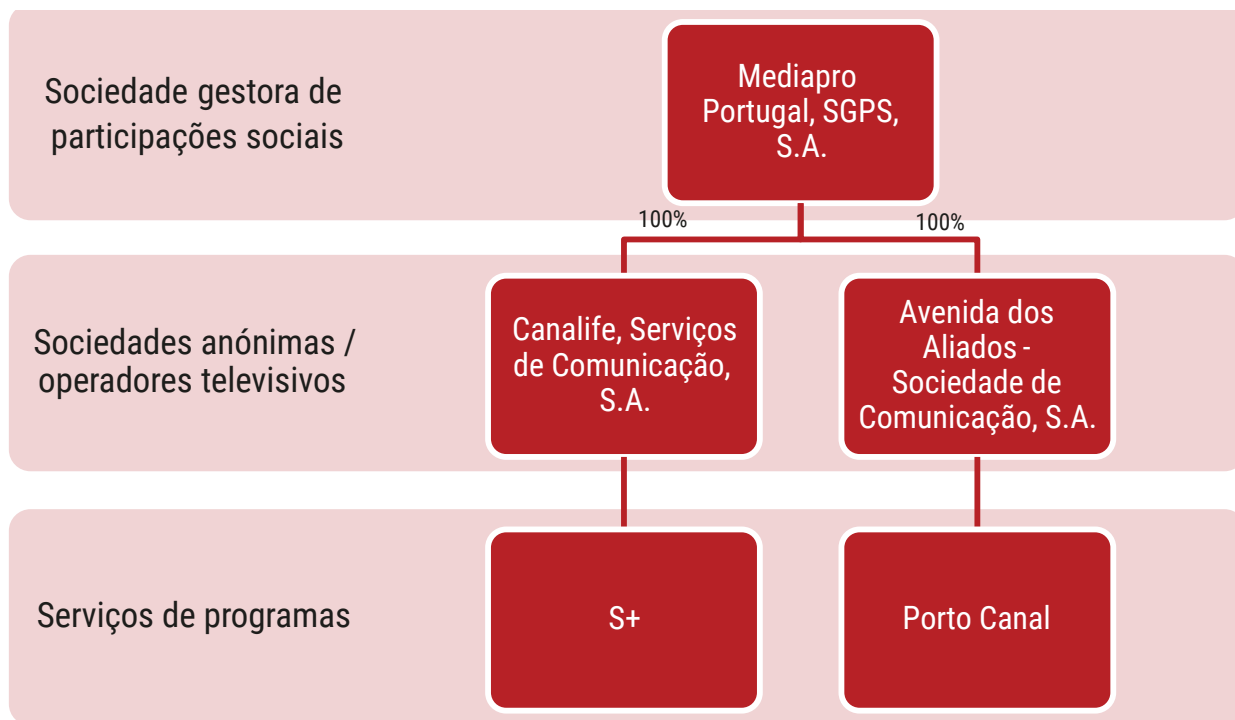
Serviço de Programas	Operador televisivo	Deliberação	Data da autorização
S+	Canalife, Serviços de Comunicação, S.A.	ERC/2018/33 (AUT-TV)	14/03/2018

Este operador televisivo exclusivamente dedicado à temática da saúde foi autorizado através da Deliberação ERC/2018/33, de 14 de março de 2018 – “Autorização para o exercício de televisão através de um serviço de programas televisivo temático de saúde, de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura denominado S+”.

A entidade proprietária do serviço de programas S+ é a Canalife, Serviços de Comunicação, S.A., detida a 100 % pela sociedade Mediapro Portugal SGPS, S.A., a qual também detém uma participação qualificada num outro operador

televisivo em Portugal, a Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, S.A., cujo serviço de programas, generalista, é o Porto Canal.

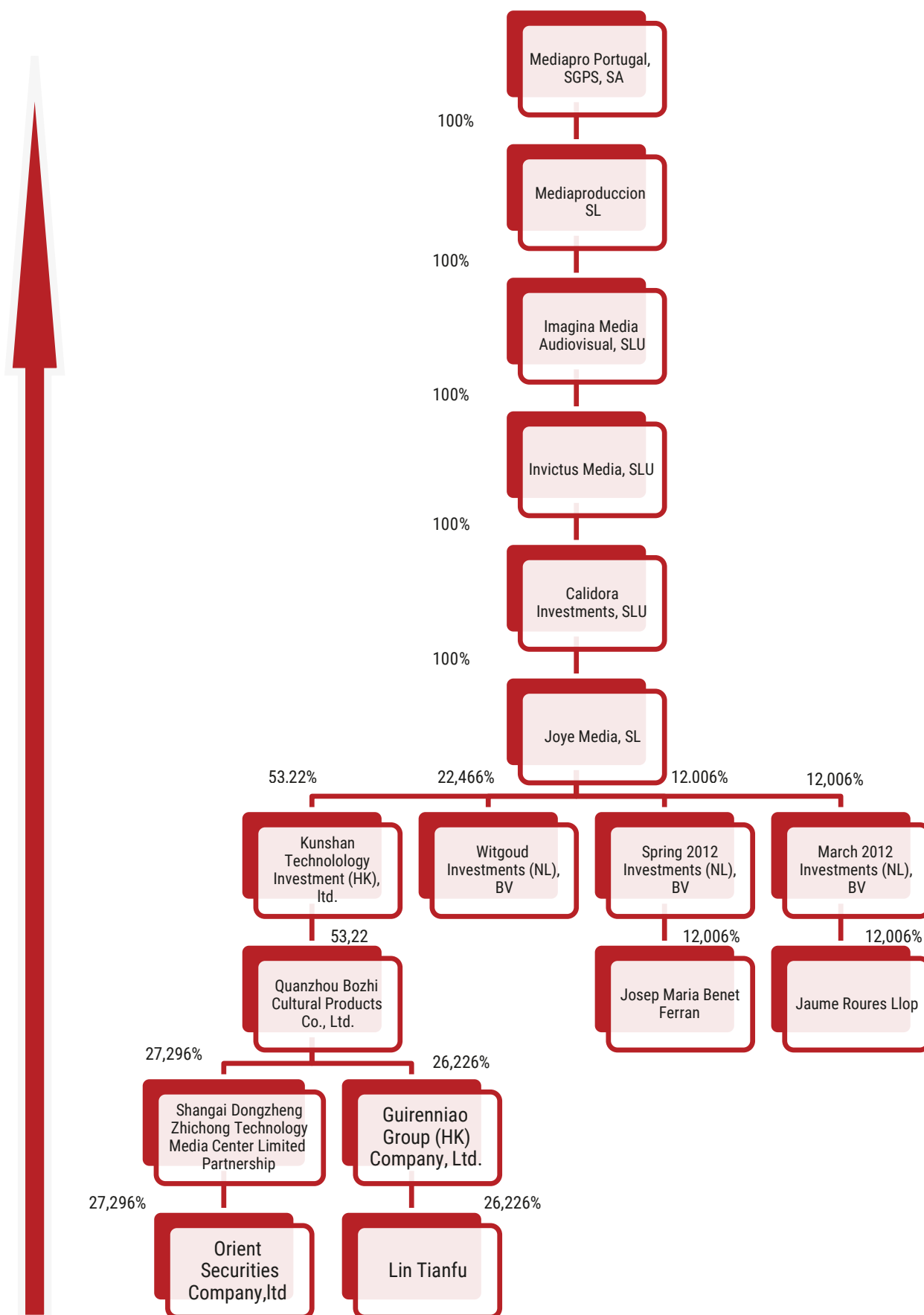
Fig. 27 - Estrutura acionista da Mediapro Portugal SGPS, S.A. (03.06.2019)



Fonte: Plataforma Digital da Transparência

A Mediapro Portugal, SGPS, S.A., por seu turno, é uma empresa detida a 100 % pela Mediaproduccion SL, empresa internacional com sede em Espanha, que tem como objeto fornecer serviços técnicos e criativos para o setor do audiovisual em todo o mundo.

Fig 28 - Estrutura acionista da Mediaproduccion SL (03.06.2019)



Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Nota: o sentido da seta indica a relação entidade detentora/entidade detida

Importa salientar que, das 48 entidades que compõem o setor da Saúde e Bem-estar na Plataforma da Transparência, seis (descritas na Figura 29) são proprietárias de cerca de 40 % de todos os OCS desta temática.

Na Figura 29 estão também indicadas aquelas entidades que detêm, cada uma, pelo menos dois OCS dedicados à Saúde e Bem-estar.

Fig. 29 - Entidades com mais do que um OCS sobre a temática Saúde e Bem-estar registadas na Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Entidade-base	Publicações periódicas
Editora Codigopro - Edição de Publicações Periódicas, Unipessoal, Lda.	DentalPro
	Oftalpro
	Labpro
Hollyfar - Marcas e Comunicação, Lda.	Farmácia Distribuição
	Viver Saudável
	Marketing Farmacêutico
Plot - Content Agency, S.A.	SV-Saber Viver
	Prevenir
	PH + Informação com a sua Farmácia
Luz Saúde, S.A.	Informação Luz Saúde
	Informação Luz Saúde Beatriz Ângelo
Ana Catarina de Sousa Pereira Madureira	Saúde e Bem-Estar
	Cozinha Saudável
Ordem dos Médicos	Acta Médica Portuguesa
	Nortemédico

Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Apurámos ainda que as sociedades comerciais com atividades principais típicas da área da comunicação, tais como a edição de revistas e de outras publicações periódicas e publicidade, são também as proprietárias de cerca de um quinto dos meios de comunicação social (essencialmente publicações periódicas) associados a este setor. Nota-se que existe uma aposta destas empresas na especialização da redação de conteúdos para a área da Saúde e Bem-estar.

Por seu turno, as ordens profissionais, como a Ordem dos Médicos e a Ordem dos Farmacêuticos, bem como o Sindicato dos Enfermeiros e outras entidades pertencentes à área da prestação de cuidados de saúde, detêm as suas próprias publicações periódicas, reportando diretamente dados sociais e financeiros na Plataforma Digital da Transparência.

As sociedades científicas e associações de doentes abaixo descritas encontram-se igualmente registadas na Plataforma da Transparência.

Fig. 30 - Outras entidades da temática Saúde e Bem-estar registadas na Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Entidade-base	Publicações periódicas
ANO - Associação Nacional dos Ópticos	VER - Órgão Oficial dos Ópticos Portugueses
APIR - Associação Portuguesa de Insuficientes Renais	Nefrêma
Liga Portuguesa Contra as Doenças Reumáticas	LPCDR Info Liga Portuguesa Contra as Doenças Reumáticas
Sociedade Portuguesa de Cardiologia	Revista Portuguesa de Cardiologia
Sociedade Portuguesa de Gastrenterologia	GE - Portuguese Journal of Gastroenterology
Sociedade Portuguesa de Hemorreologia e Microcirculação	Boletim da Sociedade Portuguesa de Hemorreologia e Microcirculação
Sociedade Portuguesa de Psicanálise	Revista Portuguesa de Psicanálise
Associação Portuguesa de Psicologia	Psicologia
SPEM - Sociedade Portuguesa de Esclerose Múltipla	Boletim Esclerose Múltipla
APDP - Associação Protectora dos Diabéticos de Portugal	Diabetes - Viver em Equilíbrio
ADEB - Associação de Apoio aos Doentes Depressivos e Bipolares	Bipolar
APH - Associação Portuguesa de Hemofilia e de outras Coagulopatias Congénitas	Hemofilia
Raríssimas - Associação Nacional de Deficiências Mentais e Raras	Páginas Raras

Fonte: Plataforma Digital da Transparência

3.2.2 Entidades reguladas e OCS da área do Desporto

Na área do Desporto, assumem especial relevância os operadores televisivos, dos quais três são propriedade direta ou indireta de clubes de futebol.

No total, são sete os operadores televisivos detidos por entidades desportivas ou com serviços de programas de âmbito desportivo.

Fig. 31 - Operadores televisivos detidos por entidades desportivas ou com serviços de programas de âmbito desportivo registados na Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Serviço de programas televisivo	Tipologia	Operador televisivo	Data de autorização	
Porto Canal	Generalista	Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, S.A.	28-09-2006	
Benfica TV	Temática - Desporto	Benfica TV, S.A.	30-09-2008	
Fuel TV	Temática - Desporto	Fuel TV EMEA, S.A.	03-02-2016	
SPORT TV 1	Temática - Desporto	Sport TV Portugal, S.A.	02-09-1998	
SPORT TV 2	Temática - Desporto		16-05-2006	
SPORT TV 3	Temática - Desporto		20-05-2008	
SPORT TV 4	Temática - Desporto		23-12-2008	
SPORT TV 5	Temática - Desporto		20-01-2010	
SPORT TV ÁFRICA	Temática - Desporto		24-07-2008	
SPORT TV +	Temática - Desporto		18-07-2016	
Sporting TV	Temática - Desporto		Sporting Comunicação e Plataformas, S.A.	14-07-2014
A Bola TV	Temática - Desporto		Vicra Comunicações, Lda.	19-09-2012
Canal 11	Temática - Desporto	C11 - Multimédia Unipessoal, Lda.	08-05-2019	

Fonte: ERC

Para além dos operadores televisivos, estão registados na Plataforma 56 OCS de âmbito desportivo, 47 publicações periódicas e três operadores de rádio, com quatro serviços de programas.

Fig. 32 - Operadores radiofónicos e serviços de programas da temática Desporto registados na Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Serviço de programas radiofónico	Operador radiofónico	Titularidade direta	Titularidade indireta
Estádio 89.0	Sintonizenos - Comunicação Social, Lda.	Sintonizenos - Comunicação Social, Lda.	RDD - Rádio Desporto, S.A.
REGIONAL FM - 88.1	Baobad - Comunicações e Publicações, S.A.	Acácio Martins Marinho (75%) Elísio Cabral Oliveira (25%)	--
Golo FM (Bombarral)	Match FM, Unipessoal, Lda. (100%)	Goal News FM Radio, Lda. (100%)	Manuel Joaquim Conceição Vinhas da Silva (99%)
Golo FM (Ponte de Sor)			Maria Helena da Conceição Pinto Vinhas (1%)
Golo FM (Amarante)	Superádio, Unipessoal, Lda. (100%)	Salpicos de Publicidade, Lda. (100%)	José João Vinhas da Silva (50%)
			Júlia Cândida Amorim Monteiro (50%)

Fonte: Plataforma Digital da Transparência

As entidades que detêm dois ou mais OCS desportivos (publicações periódicas e operadores televisivos) são as representadas na Figura 33.

Fig. 33 - Entidades com dois ou mais OCS da temática Desporto registadas na Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Entidade-base	Publicação periódica	Operador televisivo	Serviço de programas televisivo
Sociedade Vicra Desportiva, S.A.	A Bola	Vicra Comunicações, Lda.	A Bola TV
	Auto Foco		
	Cadernos de A Bola		
	Mundo Desportivo		
Futebol Clube do Porto / Avenida dos Aliados, S.A.	Dragões	Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, S.A.	Porto Canal
Sport Lisboa e Benfica / Benfica TV, S.A.	Mística	Benfica TV, S.A.	Benfica TV
	O Benfica		
Sporting Clube de Portugal / Sporting Comunicação e Plataformas, S.A.	Sporting	Sporting Comunicação e Plataformas, S.A.	Sporting TV
Federação Portuguesa de Voleibol	O Gira-Vólei		
	O Voleibol		
Automóvel Club de Portugal	Auto clube		
	Revista ACP		

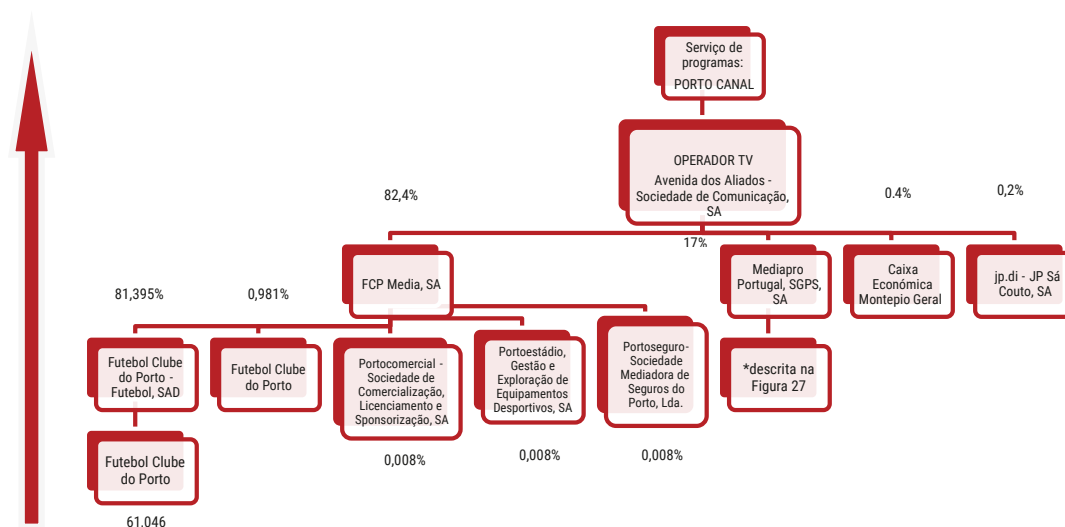
Fonte: Plataforma Digital da Transparência

A maioria destes OCS é detida por clubes desportivos ou por outras sociedades comerciais com as quais aqueles têm uma relação de domínio ou de grupo.

Nas figuras seguintes estão identificadas as principais participações qualificadas nas estruturas de capital social dos referidos clubes e sociedades comerciais dedicados à temática do Desporto.

Futebol Clube do Porto / Avenida dos Aliados, S.A.

Fig. 34 - Estrutura acionista da Avenida dos Aliados, S.A. (03.06.2019)

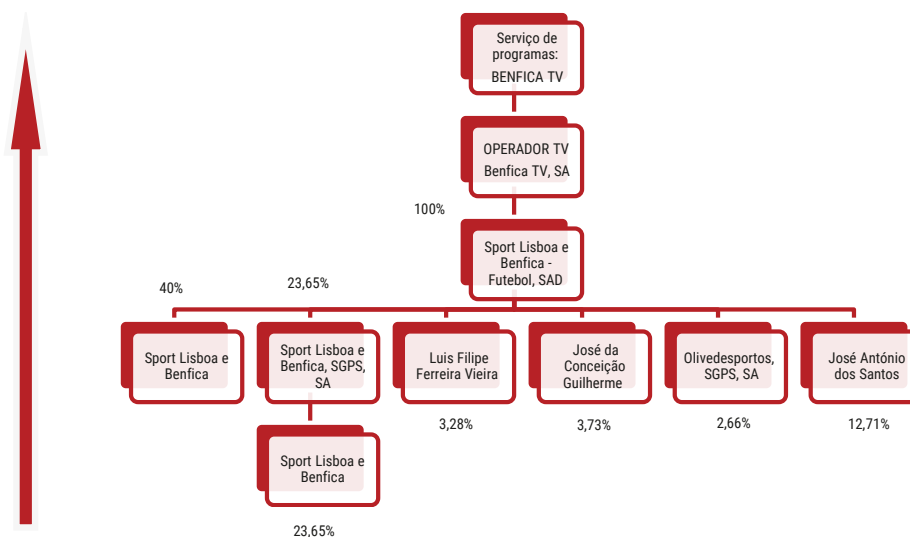


Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Nota: o sentido da seta indica a relação entidade detentora/entidade detida

Sport Lisboa e Benfica / Sport Lisboa e Benfica - Futebol, SAD / Benfica TV, S.A.

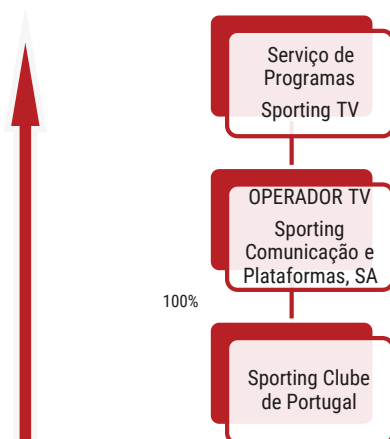
Fig. 35 - Estrutura acionista da Benfica TV, S.A. (03.06.2019)



Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Nota: o sentido da seta indica a relação entidade detentora/entidade detida

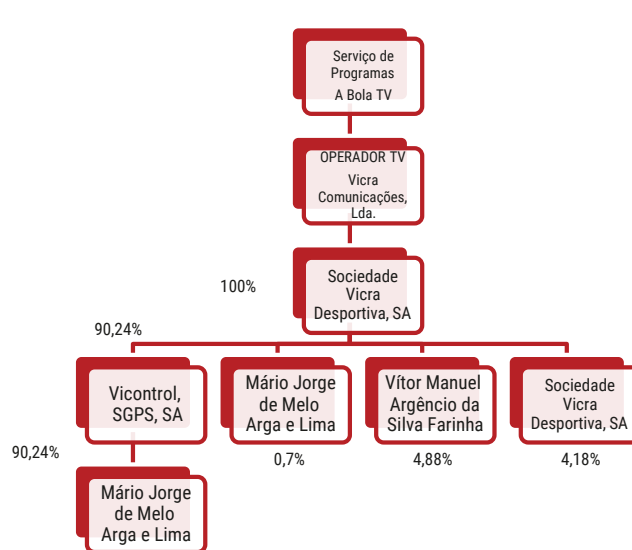
Sporting Comunicação e Plataformas, S.A.

Fig. 36 - Estrutura acionista da Sporting Comunicação e Plataformas, S.A. (03.06.2019)

Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Nota: o sentido da seta indica a relação entidade detentora/entidade detida

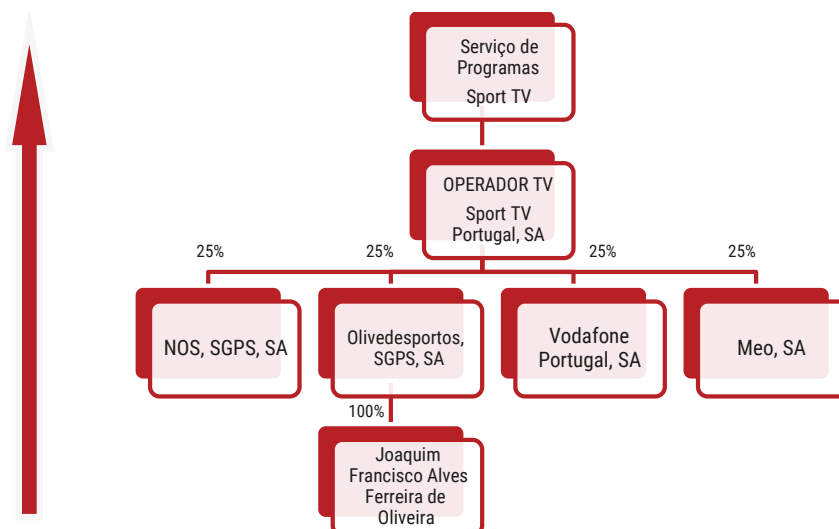
Vicra Comunicações, Lda. / Sociedade Vicra Desportiva, S.A.

Fig. 37 -Estrutura acionista da Vicra Comunicações, Lda. (03.06.2019)

Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Nota: o sentido da seta indica a relação entidade detentora/entidade detida

Sport TV Portugal, S.A.

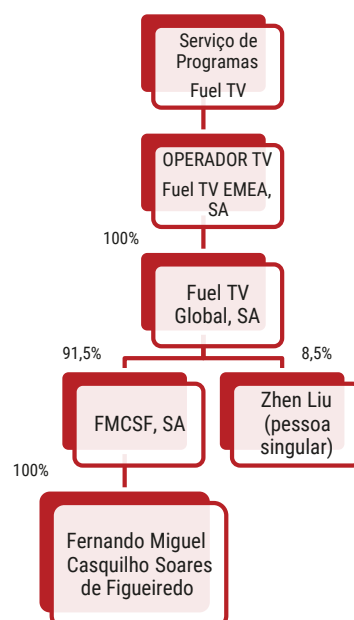
Fig. 38 -Estrutura acionista da Sport TV Portugal, S.A. (03.06.2019)

Fonte: Plataforma Digital da Transparência

*Ver descrição mais detalhada no ponto 3.3., na reconstituição da estrutura acionista da Sport TV Portugal, S.A.

Nota: o sentido da seta indica a relação entidade detentora/entidade detida

Fuel TV EMEA, S.A.

Fig. 39 - Estrutura acionista da Fuel TV EMEA, S.A. (03.06.2019)

Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Nota: o sentido da seta indica a relação entidade detentora/entidade detida

3.2.3 Entidades reguladas e OCS da área Social e Solidária

Os OCS detidos por entidades pertencentes ao setor Social e Solidário são maioritariamente publicações periódicas que, em 3 junho de 2019, perfaziam um total de 47 na Plataforma da Transparência.

As entidades que detêm estes OCS são instituições particulares de solidariedade social que têm por base associações, fundações, misericórdias e mutualidades, as quais, para além de prestarem serviços de ação de solidariedade social, desenvolvem atividades noutros domínios também aqui destacados, como o da Saúde, Religião e, ainda, no sector da Educação.

Esta área conta também com um operador de rádio cujo proprietário é a Associação de Promoção Social, Cultural e Desportiva de Fornos de Algodres.

Serviço de programas radiofónico	Tipologia	Empresa-base
Rádio Imagem	Generalista	Associação de Promoção Social, Cultural e Desportiva de Fornos de Algodres

Cerca de metade das entidades que detêm as publicações periódicas deste sector - identificadas na Figura 40 – têm sede no distrito de Lisboa (21), imediatamente seguidas por aquelas com sede nos distritos do Porto (5), Braga (4), Santarém (4), Aveiro (3) e Setúbal (3).

Fig. 40 - Publicações periódicas detidas pelas IPSS registadas na Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Entidade-base	Publicação Periódica	Distrito
ACARF - Associação Cultural Artística Recreativa de Forjães	O Forjanense	Braga
AML - Associação de Moradores das Lameiras	LAMEIRAS - Boletim Cultural e Informativo da Associação de Moradores das Lameiras	Braga
ANEA - Associação Nacional da Espondilite Anquilosante	Associação Nacional da Espondilite Anquilosante - ANEA - Boletim Informativo	Lisboa
APAV - Associação Portuguesa de Apoio à Vítima	APAV Notícias	Lisboa
APOIAR - Associação de Apoio aos Ex-combatentes Vítimas do Stress de Guerra	APOIAR	Lisboa
Associação de Beneficência e Solidariedade Social de Torrocelo	Jornal Torre do Selo	Guarda
Associação de Solidariedade Social Casa do Juiz	Colectânea de Jurisprudência	Coimbra
Associação Portuguesa de Hemofilia e de outras Coagulopatias Congénitas (APH)	Hemofilia	Lisboa
Associação Portuguesa de Insuficientes Renais	Nefrâmea	Lisboa
CAIS - Associação de Solidariedade Social	Revista Cais	Lisboa
Centro Cultural e Social da Paróquia de Santa Bárbara de Nexe	O Encontro	Faro
Centro de Estudos Culturais e de Acção Social Raio de Luz	Raio de Luz	Setúbal
Centro Social da Freguesia de Valadares	Ecos da Gravia	Viseu
Centro Social de Ermesinde	A Voz de Ermesinde	Porto
Centro Social e Cultural de Vila Praia de Âncora	Terra e Mar	Viana do Castelo
Centro Social e Paroquial de S. Pedro de Loureiro	A Voz do Heitorzinho	Vila Real
Comunidade Vida e Paz	Ser Abrigo	Lisboa
Confederação Nacional das Instituições de Solidariedade	Solidariedade	Porto

Desafio Jovem (Teen Challenge) Portugal	Desafio Jovem	Lisboa
EAPN - Rede Europeia Anti-Pobreza/Portugal	Revista Focussocial	Porto
Escola Superior de Educação João de Deus	Educação para o Desenvolvimento	Lisboa
FENACERCI - Federação Nacional de Cooperativas de Solidariedade Social, FCRL	Revista FENACERCI	Lisboa
Fundação AFID - Diferença	Diferença	Lisboa
Fundação Obra do Ardina	O Ardina	Lisboa
Fundação S. João de Deus	Gestos Solidários	Lisboa
Instituto de S. Miguel	Amigo da Verdade	Guarda
Liga dos Amigos da Quinta do Conde	Boletim da Liga	Setúbal
Liga Portuguesa Contra as Doenças Reumáticas	LPCDR Info Liga Portuguesa Contra as Doenças Reumáticas	Lisboa
	Ei - Educação e Informação	Lisboa
Montepio Geral - Associação Mutualista	Montepio Jovem	Lisboa
	Revista Montepio	Lisboa
	Voa	Lisboa
Obra da Rua ou Obra do Padre Américo	O Gaiato	Porto
Obra Diocesana de Promoção Social	Espaço Solidário	Porto
Santa Casa da Misericórdia da Mealhada	Frontal	Aveiro
	Jornal da Mealhada	Aveiro
Santa Casa da Misericórdia da Póvoa de Lanhoso	Santa Causa	Braga
Santa Casa da Misericórdia de Almeirim	O Almeirinese	Santarém
	O Alpiarçense	Santarém
Santa Casa da Misericórdia de Azeitão	JORNAL DE AZEITÃO	Setúbal
Santa Casa da Misericórdia de Barcelos	Encontro de Gerações	Braga
Santa Casa da Misericórdia de Santarém	Newsletter - Santa Casa da Misericórdia de Santarém	Santarém
Santa Casa da Misericórdia de Sardoal	Boletim Informativo da Santa Casa da Misericórdia de Sardoal	Santarém
Santa Casa da Misericórdia de Vagos	Jornal Eco de Vagos	Aveiro
Sociedade de Instrução e Beneficência A Voz do Operário	A Voz do Operário	Lisboa
SPEM - Sociedade Portuguesa de Esclerose Múltipla	Boletim Esclerose Múltipla	Lisboa
União das Misericórdias Portuguesas	Voz das Misericórdias	Lisboa

3.2.4 Entidades reguladas e OCS de temática religiosa

As entidades religiosas proprietárias de órgãos de comunicação social - publicações periódicas na maioria, como nos outros três setores acima descritos - correspondem, em número, a mais de 10 % do total de entidades registadas na Plataforma da Transparência. Destas, cerca de 80 % pertencem à Igreja Católica.

Na Figura 41 estão descritos os operadores televisivos e respetivos serviços de programa por inspiração religiosa.

TELEVISÕES / temática religiosa

Fig. 41 - Operadores e serviços de programas televisivos de temática religiosa das entidades registadas na Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Serviço de programas televisivo	Web TV	Entidade-base	Titularidade Direta	Inspiração religiosa
Angelus TV		Sandra Bastos Dias, Unipessoal, Lda.	Sandra da Silva Bastos Dias (100%)	Cristã/Católica
TV Canção Nova Portugal		Comunidade Canção Nova	Associados (100%)	Cristã/Católica
	TV Maná-1	Maná - Igreja Cristã	Associados (100%)	Cristã/Maná
Kuriakos TV		Motes & Ideias, Lda.	Gerson Carlos Ferreira Pimentel (40%) Associação Cultura e Valor (60%)	Cristã/Maná

Fonte: Elaboração própria a partir de informação comunicada na Plataforma Digital da Transparência

O serviço de programas televisivo TV Canção Nova Portugal foi aprovado pela Deliberação ERC/2017/171 (AUT-TV) para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas temático religioso, de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura, o qual tem uma presença no território nacional desde 2000, com a produtora de conteúdos Frente Fátima, a qual produz conteúdos para a Comunidade Canção Nova no Brasil.

O serviço de programas temático religioso Kuriakos TV foi aprovado pela Deliberação 2016/105 (AUT-TV) com o objetivo de difundir conteúdos predominantemente religiosos «e envolvidos na divulgação da cultura e valores familiares», através de uma parceria estratégica constituída maioritariamente entre a sociedade Motes & Ideias, a Maná-Igreja Cristã e outras associações congéneres do Ministério Maná, principais responsáveis pela produção, criação e edição dos conteúdos que compõem a grelha de programação do canal.

Rádios propriedade direta ou indireta de entidades religiosas

Os serviços de programas de operadores radiofónicos assumem particular importância para as entidades religiosas. Neste momento, encontram-se registados na plataforma 11 operadores radiofónicos detidos direta ou indiretamente, parcial ou totalmente, por estas entidades.

Fig. 42 - Operadores e serviços de programas radiofónicos propriedade de entidades religiosas registadas na Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Serviços de programas radiofónicos	Operadores radiofónicos	Principais detetores	% de detenção
Renascença		Patriarcado de Lisboa	60,00
RFM	Rádio Renascença, Lda.		
Mega Hits		Conferência Episcopal Portuguesa	40,00
Rádio Sim			
Rádio Adgentes (Web rádio)	Sociedade Missionária da Boa Nova	Sociedade Portuguesa das Missões Católicas Ultramarinas/ Sociedade Missionária da Boa Nova	100,00
		Diocese do Funchal	49,79
Canal 1 Posto Emissor do Funchal	Posto Emissor de Radiodifusão do Funchal, Lda.	Seminário Maior de Nossa Senhora De Fátima	49,79
		Sociedade de Concertos da Madeira	0,43

Rádio Campanário	Rádio Campanário -Voz de Vila Viçosa, CRL	Fábrica da Igreja Paroquial da freguesia de Bencatel; Fábrica da Igreja Paroquial da freguesia de S. Bartolomeu; Fábrica da Igreja Paroquial da freguesia de Nossa Senhora Conceição	100,00
Antena Sul	Horizontes Planos, Informação e Comunicação, Lda.	Global Difusion SGPS, S.A./IURD	100,00
Kiss FM e Regional do Algarve	R.T.A. - Sociedade de Radio-difusão e Telecomunicação de Albufeira, Unipessoal, Lda.	Global Difusion SGPS, S.A./IURD	100,00
Record Porto	Rádio Clube de Gaia - Serviço Local de Radiodifusão Sonora, S.A.	Global Difusion SGPS, S.A./IURD	100,00
Record Santarém	Rádio Pernes, Lda.	Global Difusion SGPS, S.A./IURD	100,00
Rádio Positiva	Rádio Sem Fronteiras - Sociedade de Radiodifusão, S.A.	Global Difusion SGPS, S.A./IURD	100,00
Record FM e Record Leiria	Record FM - Sociedade de Meios Audiovisuais de Sintra, Lda.	Global Difusion SGPS, S.A./IURD	100,00
Informédia Rádio	Inforádio - Comunicação Social, S.A.	Igreja Cristã Pentecostal	14,00
		Albino Ferreira	64,00
		Outros titulares de participações	22,00

Fonte: Elaboração própria a partir de informação comunicada na Plataforma Digital da Transparência

Na área das rádios propriedade de entidades religiosas ou de temática religiosa, destaca-se o Grupo Rádio Renascença, com a estrutura de capital que se segue.

Fig. 43 - Descrição do Grupo Renascença (03.06.2019)

Serviço de programas radiofónico	Tipologia	Entidade-base	Titularidade direta	Titularidade indireta	% de detenção
RR	Generalista	Rádio Renascença, Lda.	Conferência Episcopal Portuguesa	Patriarcado de Lisboa	60,00
RFM	Generalista				
Mega Hits	Temático - Musical				40,00
Rádio SIM	Generalista				
Mega Hits (Coimbra)	Temático - Musical	Rádio 90 FM Coimbra, Radiodifusão, Lda.	Rádio Renascença, Lda.	Conferência Episcopal Portuguesa	60,00
				Patriarcado de Lisboa	40,00
Rádio SIM (Porto)	Generalista	Moviface - Meios Publicitários, Lda.	Rádio Renascença, Lda.	Conferência Episcopal Portuguesa	60,00
				Patriarcado de Lisboa	40,00
Mega Hits (Porto)	Temático - Musical	Rádio Metropolitana - Comunicação Social, Lda.	Rádio Renascença, Lda.	Conferência Episcopal Portuguesa	60,00
				Patriarcado de Lisboa	40,00
Rádio SIM (Setúbal)	Generalista	Rádio PAL, Sociedade Unipessoal, Lda.	Rádio Renascença, Lda.	Conferência Episcopal Portuguesa	60,00
				Patriarcado de Lisboa	40,00
Mega Hits (Aveiro)	Temático - Musical	Rádio Regional de Aveiro - Empresa de Radiodifusão, Lda.	Rádio Renascença, Lda.	Conferência Episcopal Portuguesa	60,00
				Patriarcado de Lisboa	40,00
Mega Hits (Lisboa)	Temático - Musical	RO - Edições e Publicidade, Sociedade Unipessoal, Lda.	Rádio Renascença, Lda.	Conferência Episcopal Portuguesa	60,00
				Patriarcado de Lisboa	40,00

Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Publicações periódicas propriedade de fábricas da igreja e respetivas dioceses

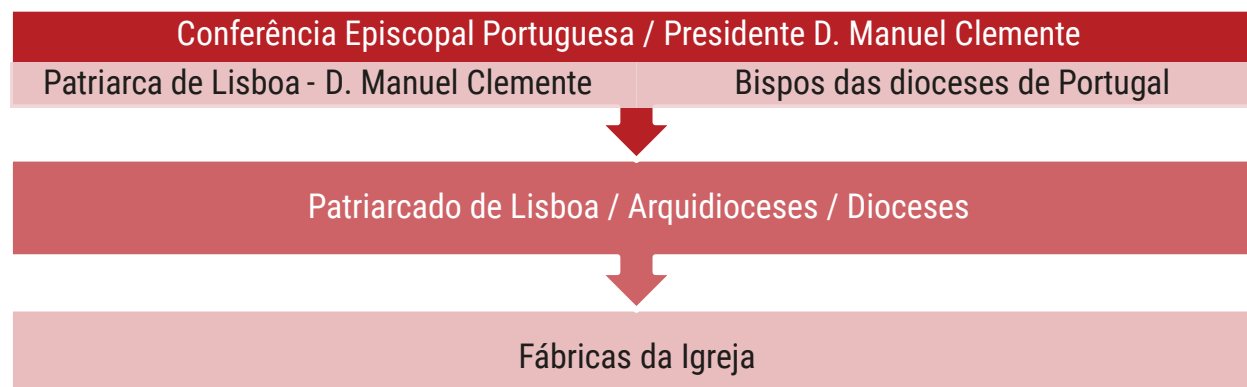
Fig. 44 - Publicações periódicas de temática religiosa das entidades religiosas registadas na Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Publicação periódica	Fábrica da igreja	Diocese
A Mensagem	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia do Crato e Mártires	Portalegre-Castelo Branco
A Voz da Freixianda	Fábrica da Igreja Paroquial da Freixianda	Leiria-Fátima
A Voz de Leça	Fábrica da Igreja Paroquial de Leça da Palmeira	Porto
A Voz do Mar	Fábrica da Igreja Paroquial Nossa Senhora da Ajuda da Cidade de Peniche	Lisboa
Altitude	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Arraiolos	Évora
Arriba, Santiago!	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Santiago de Besteiros	Viseu
Badaladas	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia São Pedro e Santiago de Torres Vedras	Lisboa
Caminheiro	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de São Mamede	Leiria-Fátima
Ecos da Meadela	Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Cristina da Meadela	Viana do Castelo
Ecos da Ria	Fábrica da Igreja Paroquial de Beduído	Aveiro
Ecos da Sobreira	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia da Sobreira Formosa	Portalegre-Castelo Branco
Ecos do Sor	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Ponte de Sor	Portalegre-Castelo Branco
Fátima XXI Revista Cultural do Santuário de Fátima	Fábrica do Santuário de Nossa Senhora do Rosário de Fátima	Leiria-Fátima
João Semana	Fábrica da Igreja Paroquial São Cristóvão de Ovar	Diocese do Porto
Jornal Palavra	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Reguengos de Monsaraz	Évora
Jornal O Alvaranense	Fábrica da Igreja Paroquial de Alvarães	Viana do Castelo
Jornal Alvorada	Fábrica da Igreja Paroquial de Nossa Senhora da Anunciação da Lourinhã	Lisboa
Jornal Boa Nova	Fábrica da Igreja Paroquial de Cantanhede	Coimbra
Jornal Crescendo	Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Cruz do Bispo	Porto
Jornal de Minde	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Minde	Leiria-Fátima
Jornal Ecos de Mundão	Fábrica da Igreja da Paróquia de Mundão	Viseu
Jornal Mais Além	Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Eufémia	Leiria-Fátima
Jornal Notícias da Caranguejeira	Fábrica da Igreja Paroquial da Caranguejeira	Leiria-Fátima
Jornal O Leme	Fábrica da Igreja Paroquial S. Maria	Beja
Jornal Renovar	Fábrica da Igreja Paroquial de Fiães	Porto
Jornal Serra e vale	Fábrica da Igreja Paroquial de Covas	Diocese de Viana do Castelo
Jornal Terras do Vouga	Fábrica da Igreja Paroquial de Silva Escura	Diocese de Aveiro
Jornal Timoneiro	Fábrica da Igreja Paroquial da Gafanha da Nazaré	Diocese de Aveiro
Jornal Voz do Sado	Fábrica da Igreja Paroquial de Santiago de Alcácer do Sal	Évora
Luz, Boletim Interparoquial	Fábrica da Igreja da Freguesia de Santiago da Guarda	Coimbra
Mais Além	Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Eufémia	Leiria-Fátima
Mensageiro de Alter	Fábrica da Igreja Paroquial de Nossa Senhora da Assunção de Alter do Chão	Portalegre-Castelo Branco
Mensagem Nova - Boletim Cultural e Informativo da Paróquia de Adaúfe	Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Maria de Adaúfe	Braga
Notícias de Avanca	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Avanca	Aveiro
Notícias de Sousel	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Sousel	Évora
O Alcoa	Fábrica da Igreja Paroquial do Santíssimo Sacramento de Alcobça	Patriarcado de Lisboa
O Concelho de Proença-a-Nova	Fábrica da Igreja Paroquial de Proença-a-Nova	Portalegre-Castelo Branco
O Conquistador	Fábrica da Igreja Paroquial N. ª Sr.ª de Oliveira	Braga
O Dever	Fábrica da Igreja Paroquial de São Julião da Figueira da Foz	Coimbra
O Montemorense	Fábrica de Igreja Paroquial de Nossa Senhora da Vila de Montemor-o-Novo	Évora

O Mouranense	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Mourão	Évora
O Penalvense	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Ínsua	Viseu
Paionense	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia do Paião	Coimbra
Paróquia de Grândola	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Grândola	Beja
Planalto	Fábrica da Igreja Planalto Nelas	Viseu
Raiano	Fábrica da Igreja da Paróquia de Idanha-a-Nova	Portalegre e Castelo Branco
Reconquista	Fábrica da Igreja da Paróquia S. Miguel da Sé	Portalegre e Castelo Branco
Sempre Jovem	Fábrica da Igreja Paroquial de Várzea da Serra	Lamego
Sopé da Montanha	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Tarouca	Lamego
Terras de Santa Maria Madalena	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia do Campo	Viseu
União de Coura	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Bico	Viana do Castelo
Vida de Rebordões	Fábrica da Igreja Paroquial de Rebordões	Porto
Vinha de Areosa	Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Maria de Areosa	Viana do Castelo
Voz da Freixianda	Fábrica da Igreja Paroquial de Freixianda	Leiria-Fátima
Voz de Alpiarça	Fábrica da Igreja Paroquial de Santo Eustáquio da Freguesia de Alpiarça	Santarém
Voz de Antas	Fábrica da Igreja Paroquial de São Paio de Antas	Braga
Voz de Gondar	Fábrica da Igreja Paroquial de S. João Baptista de Gondar	Braga
Voz de Mira de Aire	Fábrica da Igreja Paroquial de Mira de Aire	Leiria-Fátima

Fonte: Plataforma Digital da Transparência

Os principais grupos em que se organiza a hierarquia da Igreja Católica em Portugal estão, como vimos, representados na Plataforma através da detenção direta ou indireta, na totalidade ou em parte, dos vários tipos de órgãos de comunicação social.



Membros da Conferência Episcopal Portuguesa				
D. Manuel José Macário do Nascimento Clemente Cardeal-Patriarca de Lisboa (Presidente da Conferência)				
D. Amândio José Tomás (Vila Real)	D. António José da Rocha Couto (Lamego)	D. João Evangelista Pimentel Lavrador (Angra)	D. José Manuel Garcia Cordeiro (Bragança-Miranda)	D. Manuel Neto Quintas (Algarve)
D. Anacleto Cordeiro Gonçalves de Oliveira (Viana do Castelo)	D. António Luciano dos Santos Costa (Viseu)	D. Jorge Ferreira da Costa Ortiga (Braga)	D. José Ornelas Carvalho (Setúbal)	D. Nuno Brás da Silva Martins (Funchal)
D. Antonino Eugénio Fernandes Dias (Portalegre-Castelo Branco)	D. António Manuel Moiteiro Ramos (Aveiro)	D. José Augusto Traquina Maria (Santarém)	D. Manuel da Rocha Felício (Guarda)	D. Rui Manuel Sousa Valério, Ordinariato Castrense (Forças Armadas e de Segurança).
D. António Augusto dos Santos Marto (Leiria-Fátima)	D. Francisco José Villas-Boas Senra de Faria Coelho (Évora)	D. José João dos Santos Marcos (Beja)	D. Manuel da Silva Rodrigues Linda (Porto)	D. Virgílio do Nascimento Antunes, Bispo de Coimbra (Cons. Permanente).

Ainda no âmbito dos serviços de programas radiofónicos, importa destacar que a sociedade Global Difusion SGPS, S.A., proprietária de seis operadores radiofónicos, é detida a 100% pela Igreja Universal do Reino de Deus.

Fig. 45 - OCS detidos pela sociedade Global Difusion SGPS, S.A. / Igreja Universal do Reino de Deus (03.06.2019)

Serviço de programas radiofónico	Tipologia	Entidade-base	Titularidade direta	Titularidade indireta	% de detenção
Record FM	Generalista	Record FM - Sociedade de Meios Audiovisuais de Sintra, Lda.	Global Difusion SGPS, S.A.	Igreja Universal do Reino de Deus	100,00
Record Leiria					
Antena Sul	Generalista	Horizontes Planos, Informação e Comunicação, Lda.	Global Difusion SGPS, S.A.	Igreja Universal do Reino de Deus	100,00
Record Porto	Generalista	Rádio Clube de Gaia - Serviço Local de Radiodifusão Sonora, S.A.	Global Difusion SGPS, S.A.	Igreja Universal do Reino de Deus	100,00
Kiss FM	Temático-Musical	R.T.A. - Sociedade de Radiodifusão e Telecomunicação de Albufeira, Unipessoal, Lda.	Global Difusion SGPS, S.A.	Igreja Universal do Reino de Deus	100,00
Record Algarve	Generalista				
Record Santarém	Generalista	Rádio Pernes, Lda.	Global Difusion SGPS, S.A.	Igreja Universal do Reino de Deus	100,00
Rádio Positiva	Temático-Musical	Rádio Sem Fronteiras - Sociedade de Radiodifusão, S.A.	Global Difusion SGPS, S.A.	Igreja Universal do Reino de Deus	100,00

Fonte: Plataforma Digital da Transparência

À semelhança do exercício realizado para as áreas da Saúde e Bem-Estar e Desporto, elencamos de seguida publicações periódicas detidas pela mesma entidade de carácter religioso, por igreja ou inspiração.

Fig. 46 - Entidades com mais do que um OCS de temática religiosa das entidades registadas na Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

OCS	Entidade-base	Temática/Igreja
O Mensageiro	Fundação Signis (Diocese de Leiria-Fátima)	Católica
Presente Leiria-Fátima		
Além-Mar		
Audácia	Missionários Combonianos do Coração de Jesus	Católica
Família Comboniana		
Família Cristã	Paulus Editora - Sociedade Unipessoal, Lda.	Católica
Síntese		
Liturgia Diária - A Missa de Cada Dia		
Porta do Sol	Progresso e Vida - Empresa Tipográfica Jornalística, Lda.	Católica
O Almonda		
Cavaleiro da Imaculada	Província Portuguesa da Sociedade Salesiana	Católica
Catequistas		
Boletim Salesiano		
Rosário de Maria	Secretariado Nacional do Rosário	Católica
Rosário e Vida Cristã		

Correio de Coimbra		
O Amigo do Povo	Seminário Maior da Sagrada Família de Coimbra	Católica
Boa Nova - Atualidade Missionária		
Cruzada Missionária - Voz da Missão	Sociedade Portuguesa das Missões Católicas Ultramarinas/ Sociedade Missionária da Boa Nova	Católica
Igreja e Missão		
Rádio Adgentes		
Revista Nova Cidadania		
Forum Canonicum		
Revista Portuguesa de Investigação Educacional	Universidade Católica Portuguesa	Católica
Revista Gestão e Desenvolvimento		
Revista Humanística e Teologia		
TV Maná-1	Maná-Igreja Cristã	Maná-Igreja Cristã
Kuriakos TV	Motes & Ideias, Lda.	Maná-Igreja Cristã
Folha de Portugal		
IURD News	Igreja Universal do Reino de Deus	Igreja Universal do Reino de Deus
Lar Cristão	CEBAPES - Centro Baptista de Publicações, Unipessoal, Lda.	Igreja Evangélica Baptista
O Semeador Baptista	Convenção Baptista Portuguesa	Igreja Evangélica Baptista
Hoje		
Dia a Dia	UBEP, Sociedade Unipessoal, Lda.	União Bíblica
Tribub do Jovem Leitor		

Fonte: Plataforma Digital da Transparência

3.3 Aprofundamento das relações transversais de titularidade das principais empresas de *media* nacionais

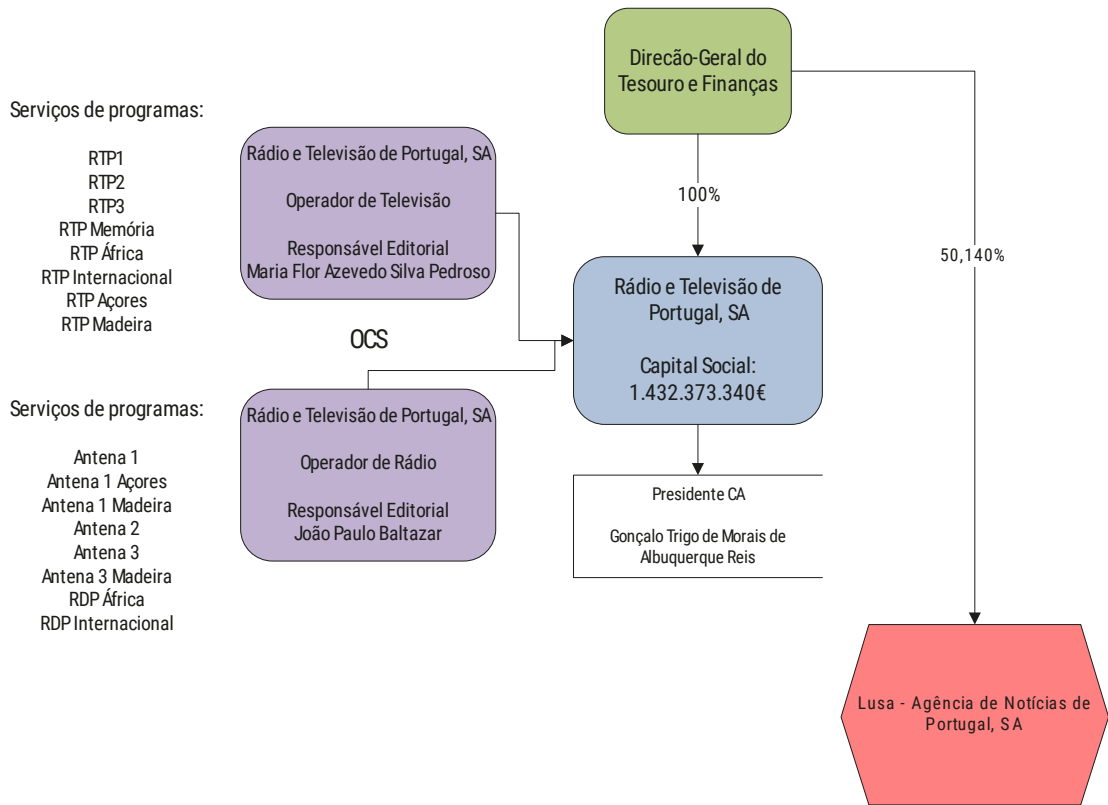
Uma das particularidades do reporte previsto na Lei da Transparência diz respeito ao detalhe da titularidade das participações sociais. Além da estrutura acionista ou de participações sociais das entidades que prosseguem diretamente atividades de comunicação social (i.e., as entidades-base), o diploma determina que sejam sucessivamente identificados os titulares indiretos enquanto representem uma participação qualificada ($\geq 5\%$) 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 “entidades-base”. Procedeu-se a uma reconstituição e a uma atualização dos titulares diretos e indiretos das participações associadas a essas “entidades-base” e à identificação dos OCS por si detidos. Deverá referir-se que estas “entidades-base” foram selecionadas atendendo à sua relevância no mercado português e integram os principais grupos de comunicação social.

Comparando com o “Relatório de Regulação 2017”, não se detetam alterações significativas no setor. Contudo, deverá referir-se a venda da participação maioritária na sociedade Jornal do Fundão Editora, Lda., detentora do título histórico Jornal do Fundão, pela Global Notícias-Media Group, S.A., e a aquisição desta sociedade por novos titulares, com destaque para a sociedade Vereda das Letras, Lda., com 90% do capital.

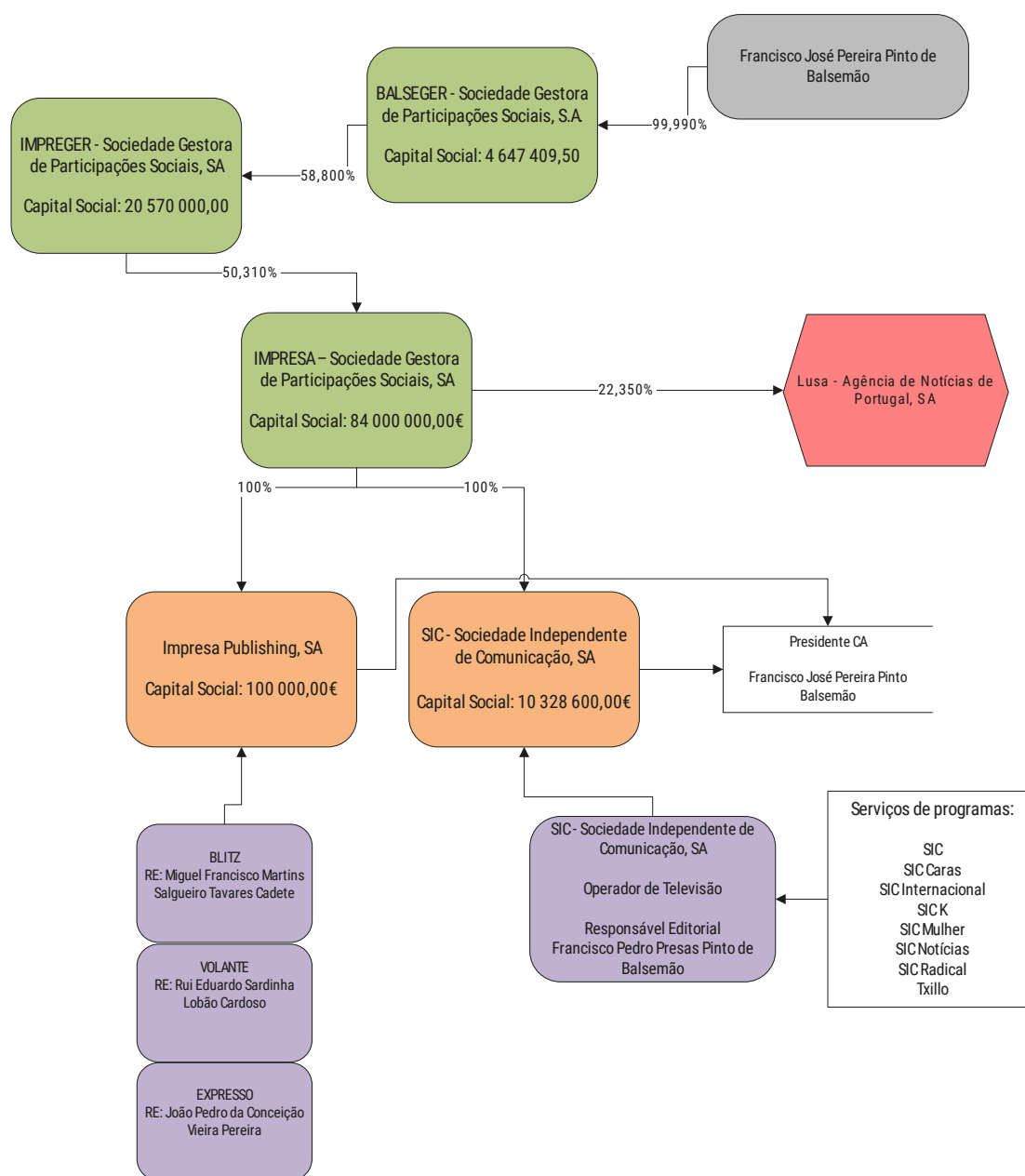
No âmbito da Global Notícias-Media Group, S.A., destaca-se ainda a insolvência da Controlinveste Media, SGPS, S.A., com uma participação de 19,25 %, e a criação de uma nova sociedade, a Olivemedi, Unipessoal, Lda., para gestão da participação no grupo de *media* de Joaquim Francisco Alves Ferreira de Oliveira.

Grupo RTP



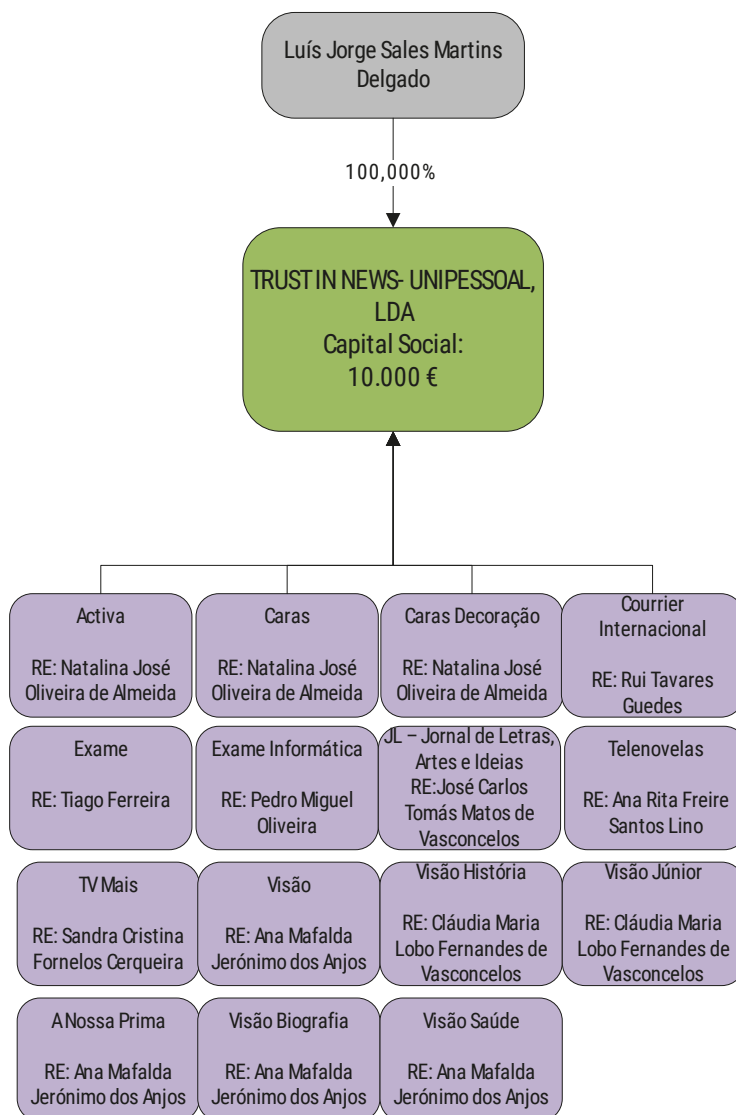
Fonte: Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Grupo Impresa



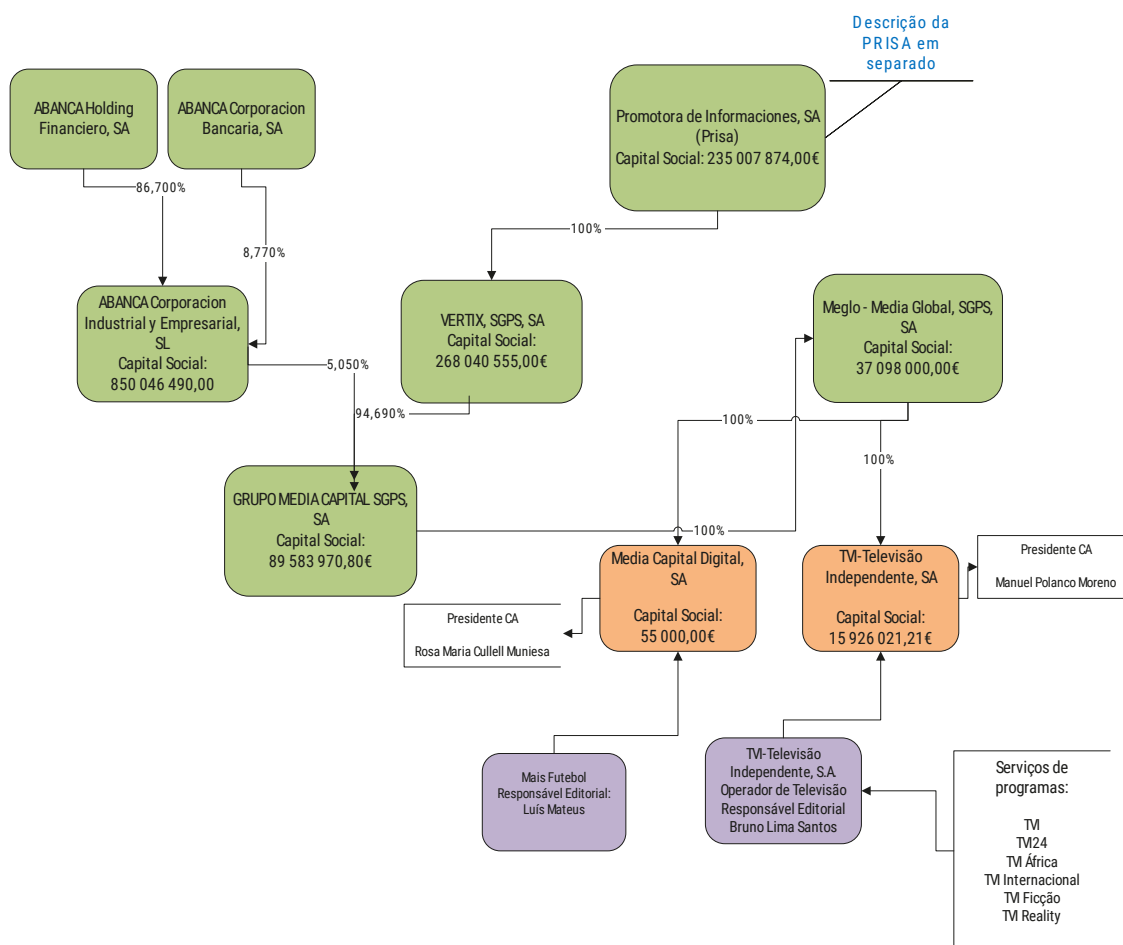
Fonte: Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Trust in News



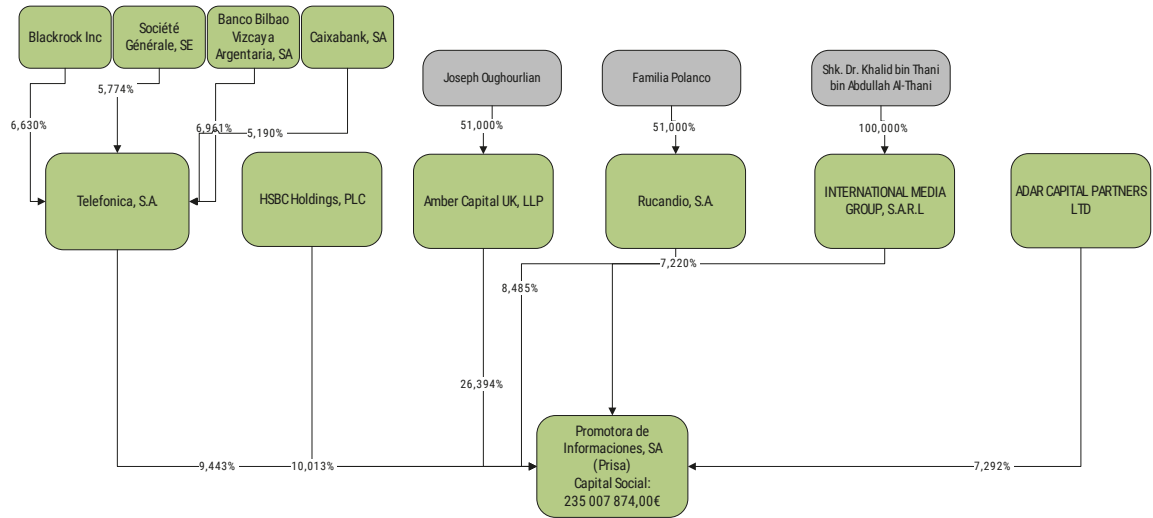
Fonte: Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Grupo Media Capital



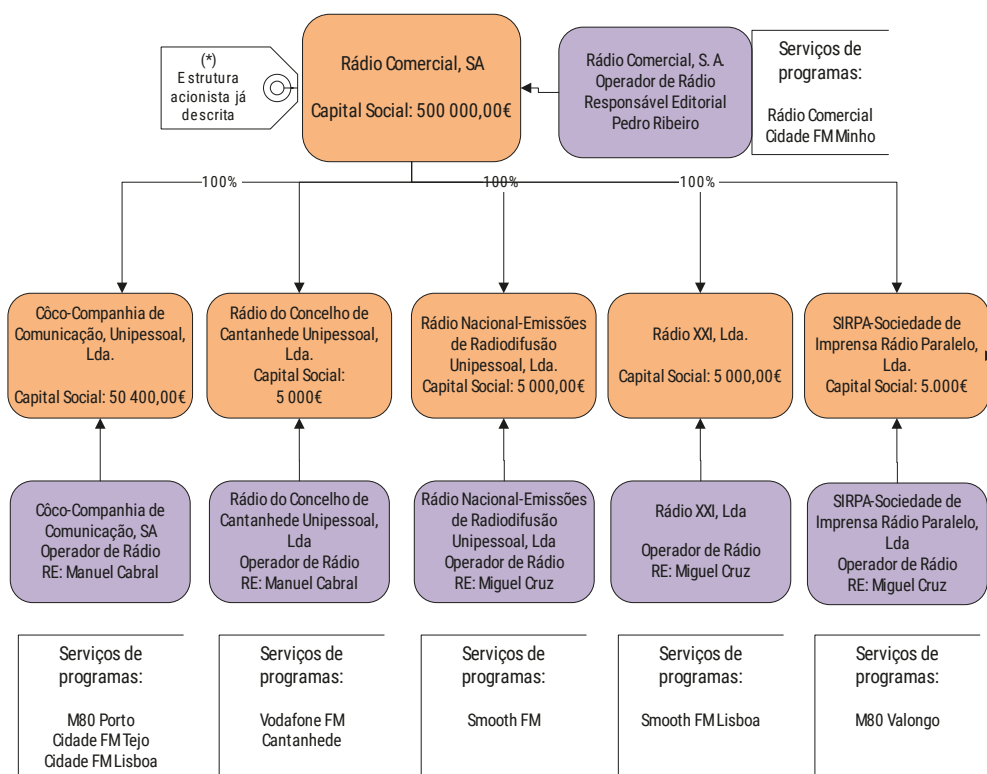
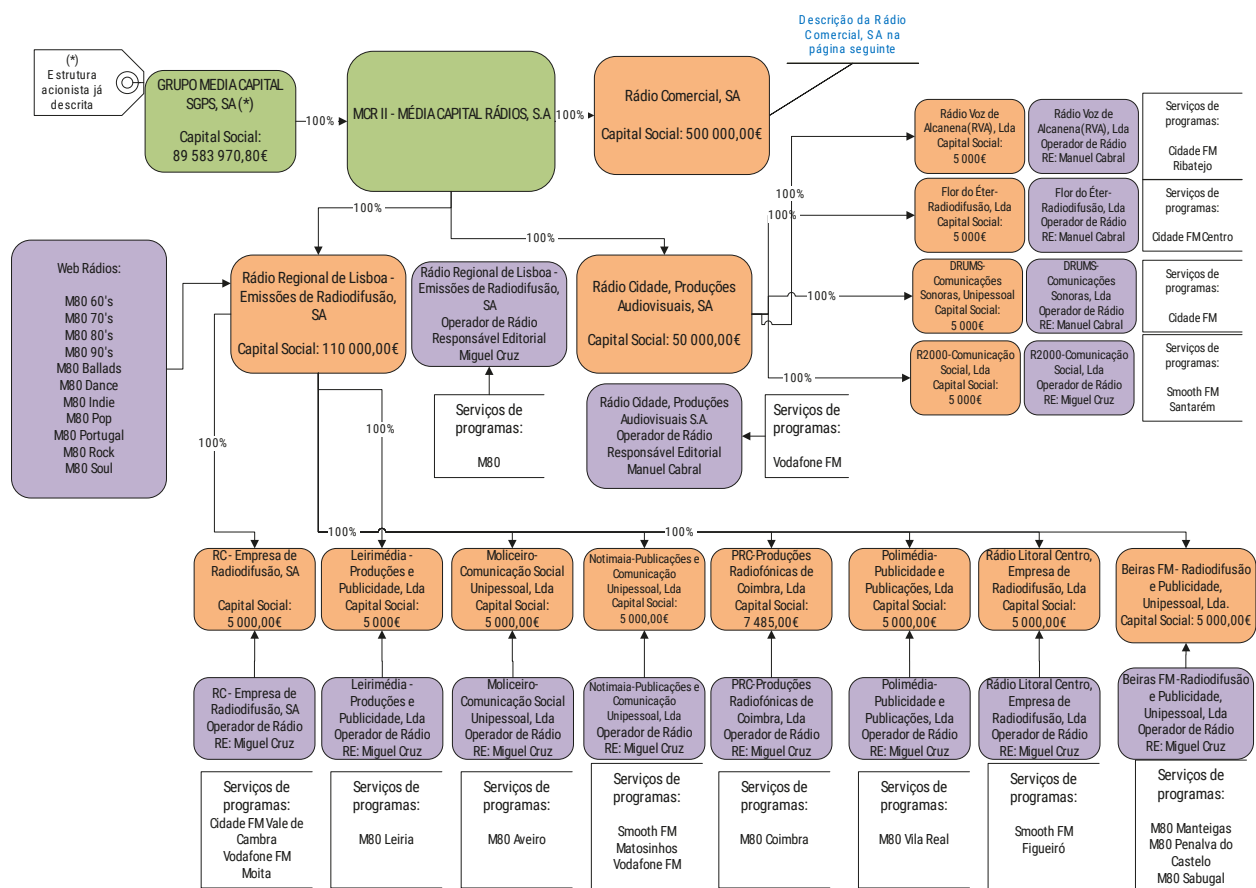
Fonte: Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Grupo Media Capital (Prisa)



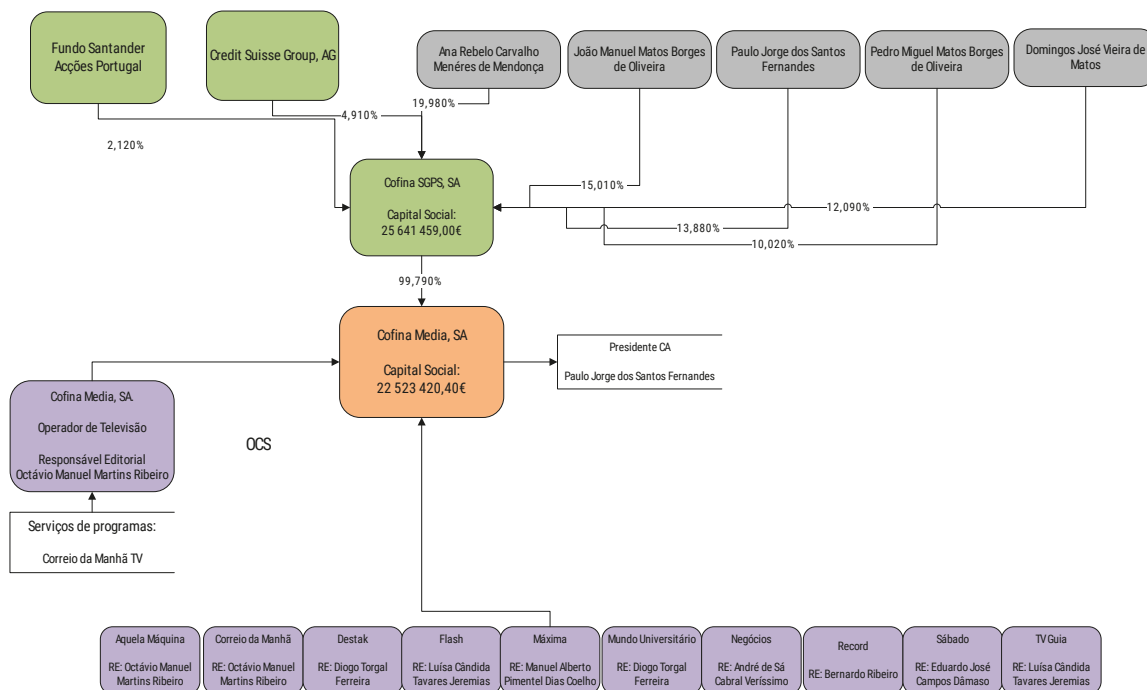
Fonte: Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Grupo Media Capital (Media Capital Rádios)



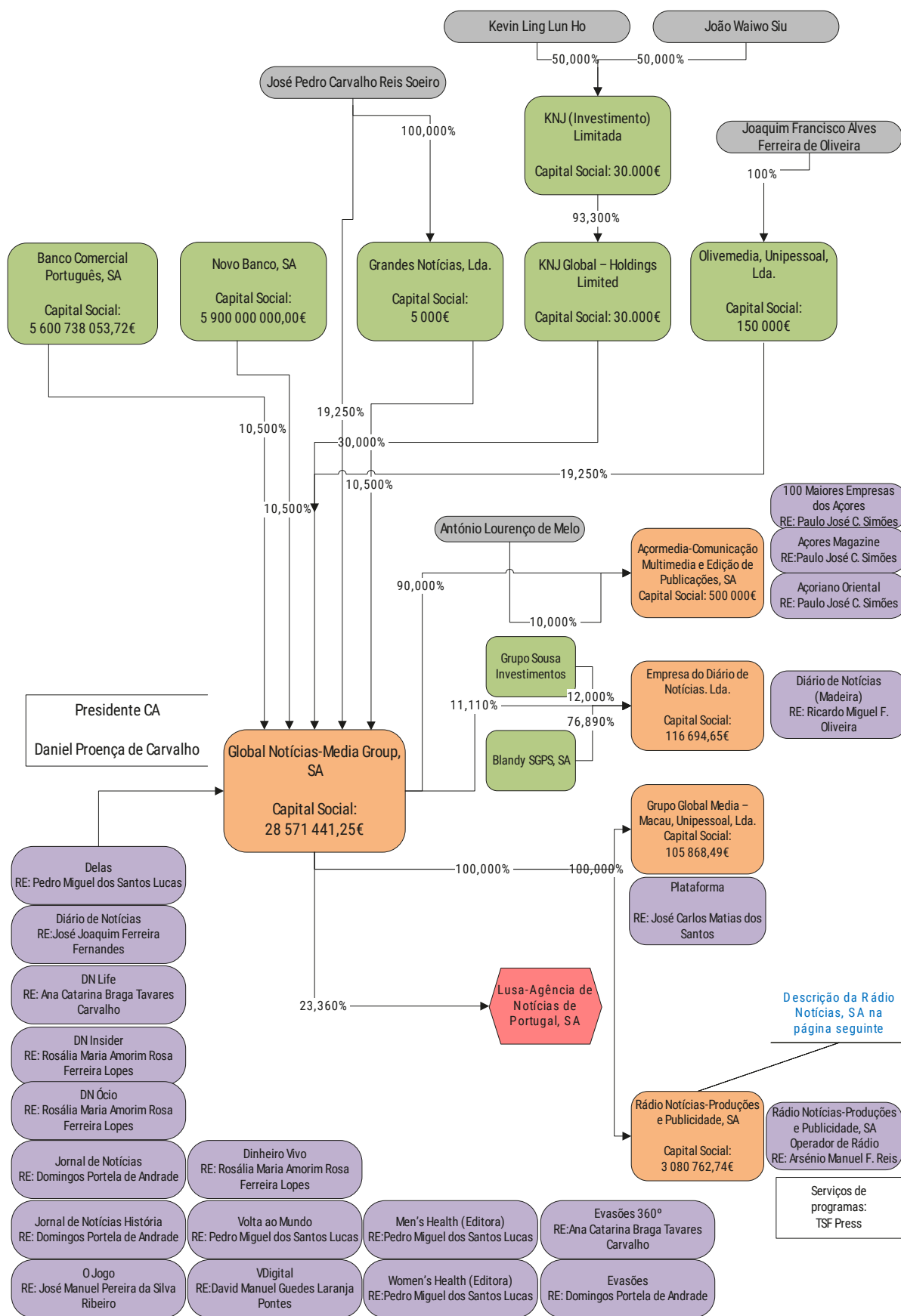
Fonte: Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Grupo Cofina



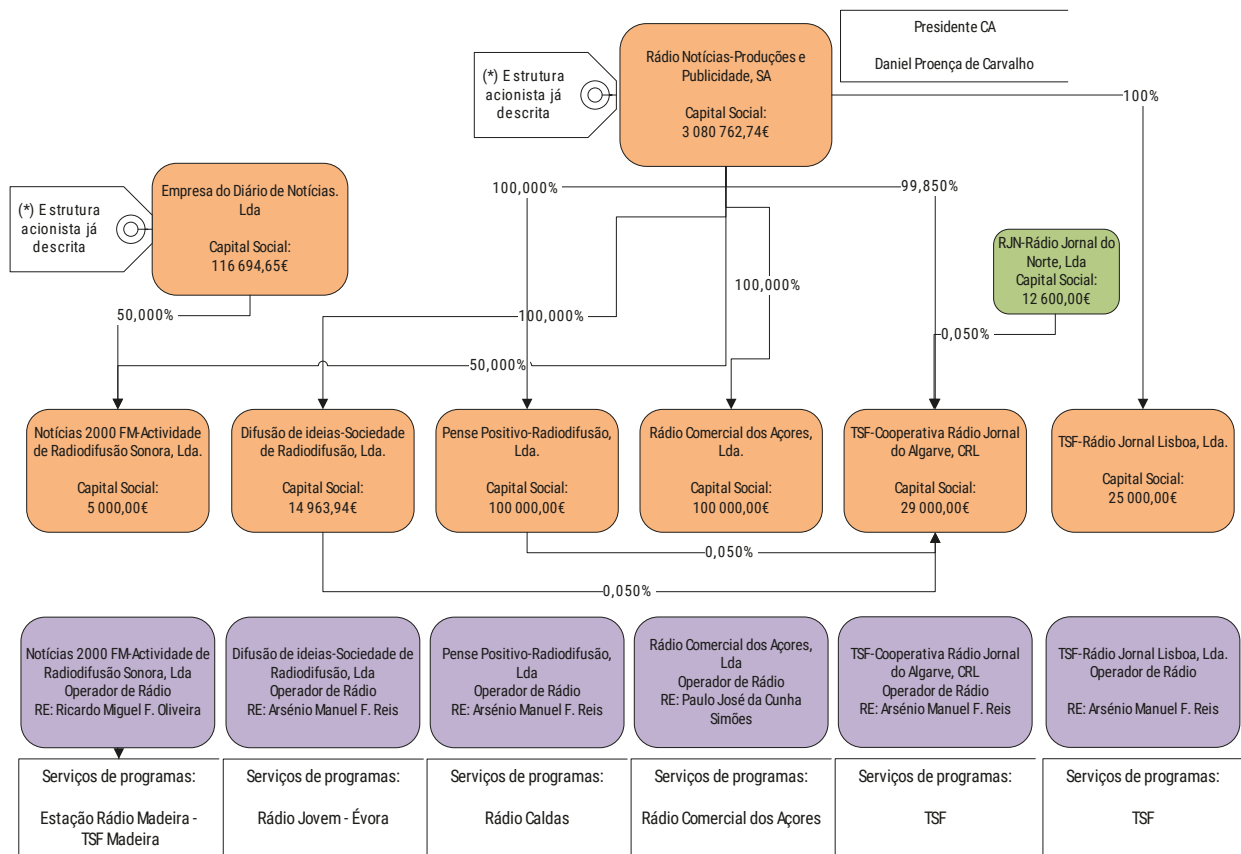
Fonte: Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Grupo Global Media Group



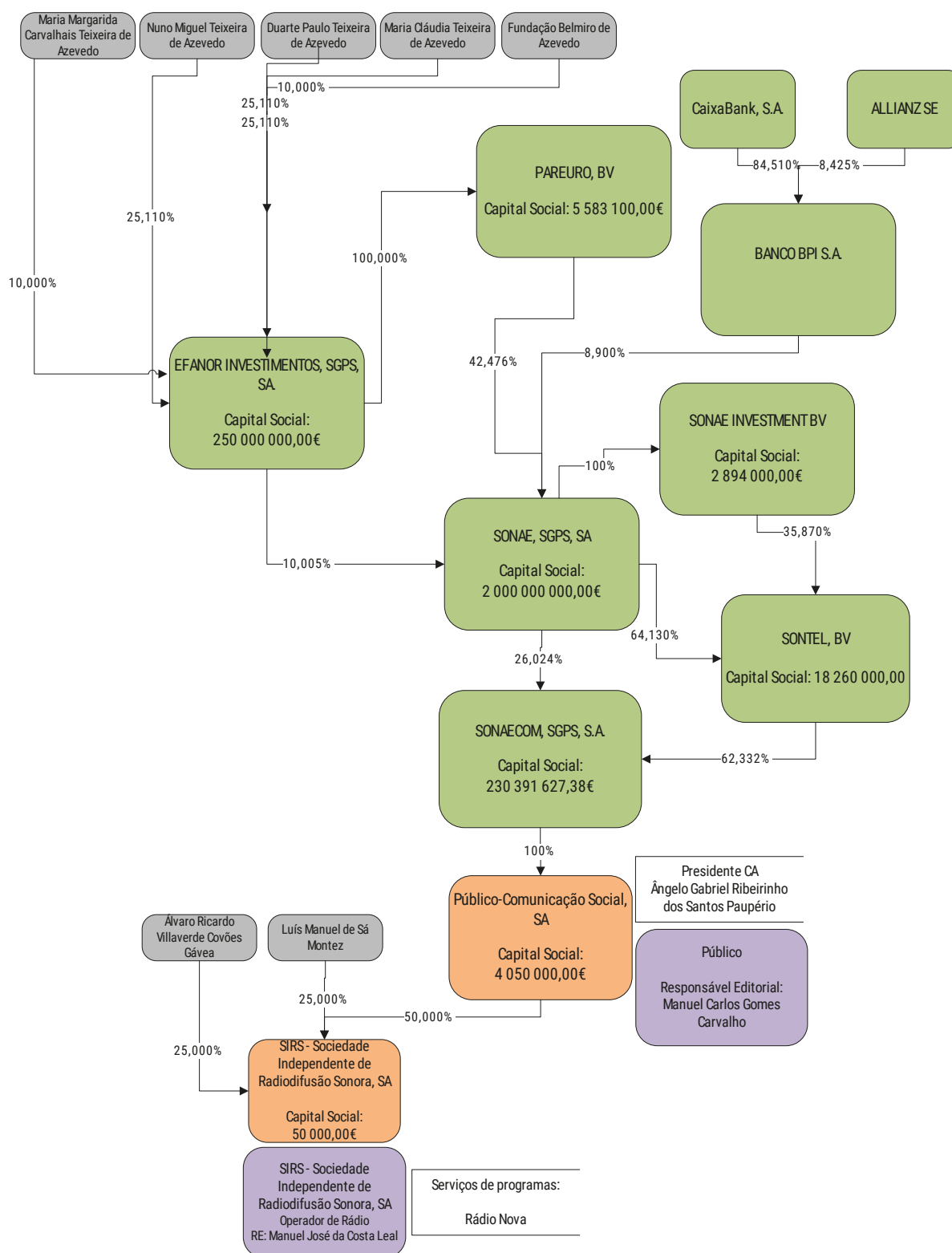
Descrição da Rádio Notícias, SA na página seguinte

Fonte: Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)



Fonte: Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Grupo Sonaecom



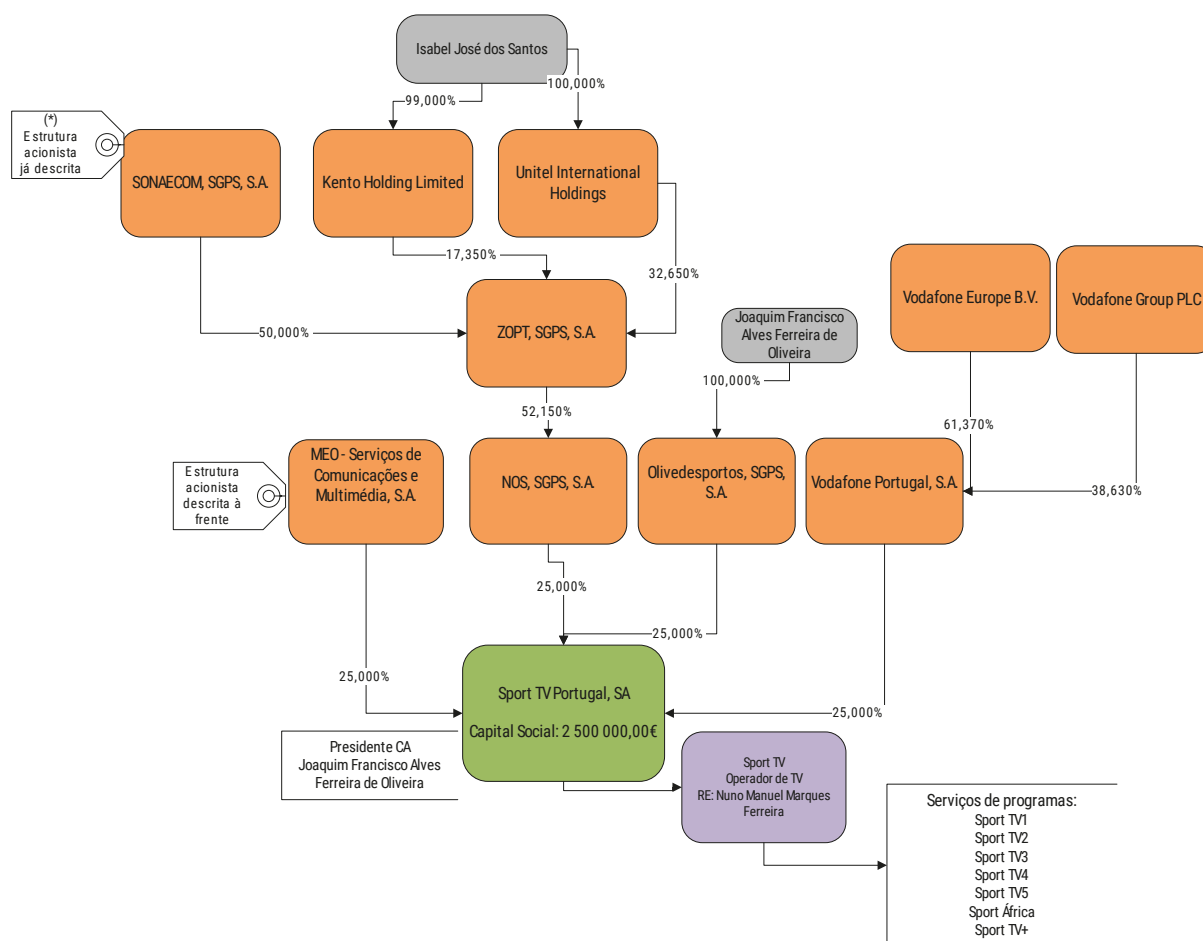
Fonte: Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Grupo Renascença



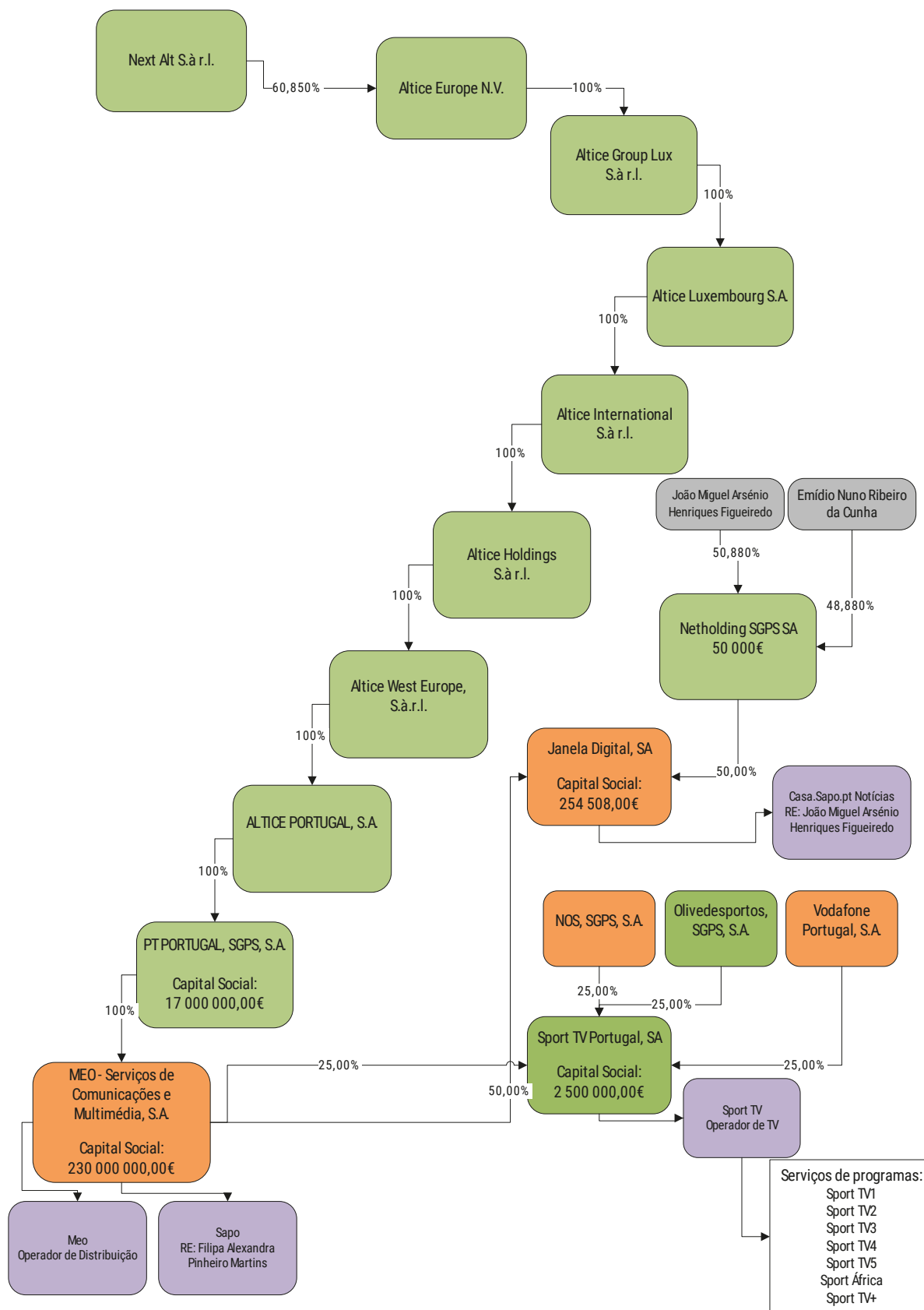
Fonte: Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Sport TV Portugal



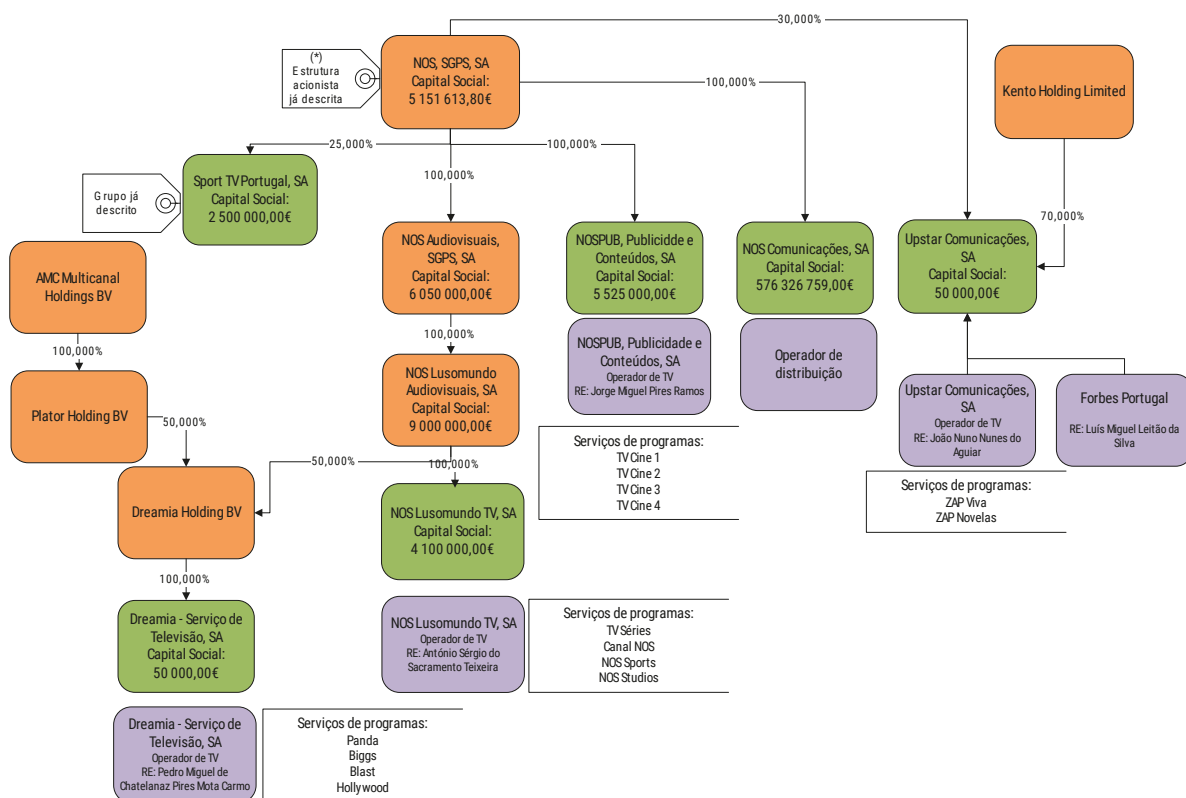
Fonte: Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Sport TV Portugal (acionista MEO)



Fonte: Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

Grupo NOS



Fonte: Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019)

VOLUME I
RADIODIFUSÃO SONORA



ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO PÚBLICA – ANTENA 1, ANTENA 2 E ANTENA 3 (2018)

1. VISÃO GLOBAL

O atual capítulo apresenta uma análise das grelhas de programação emitidas em 2018 pelos três serviços de programas do serviço público de radiodifusão sonora – Antena 1, Antena 2 e Antena 3.

A análise caracteriza a programação oferecida por estes três serviços de programas, tendo particularmente em conta 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 concessionária¹⁵⁴ devem ser observadas globalmente, encontrando-se as especificidades de cada um dos serviços de programas associadas ao seu público-alvo.

Verifica-se que as grelhas de programação dos três serviços de programas da rádio pública apresentam-se com escassas similitudes. Ora, saindo reforçada no espírito do CCSPRT a complementaridade entre os três serviços disponibilizados.

2. PLURALISMO E DIVERSIDADE NO SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIOFUSÃO SONORA

A. Dados Gerais

Em 2018, o conjunto da emissão de rádio de serviço público resultou em 24 799 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 1.

Fig.1 - Duração total da programação de cada serviço de programas (2018)

Serviço de programas	Duração(hh:mm:ss)
Antena 1	7881:42:49
Antena 2	8547:52:06
Antena 3	8369:33:22
Total	24 799:08:17

Seguidamente, é apresentada a análise autonomizada para cada um dos serviços de programas, tendo em conta três parâmetros. São estes a diversidade de géneros radiofónicos, incluindo por horários, e as funções na programação.

¹⁵⁴ Cf. Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 16.ª - Ações a Desenvolver em Matéria de Programação: <http://www.erc.pt/download/>

YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvJjtzOjM5OiJtZWVpYS9maWN0ZmVyb3Mvb2JqZWN0b19vZmZsaW5lZ4MC5wZGYiO3M6NjoidGl0dWxvJjtzOjUwOiJjb250cmF0by1kZS1jb25jZXNzYW8tZG8tc2Vydmljby1wdWJsaWNvLWRLXJhZGlvLS17fQ==/contrato-de-concessao-do-servico-publico-de-radio-

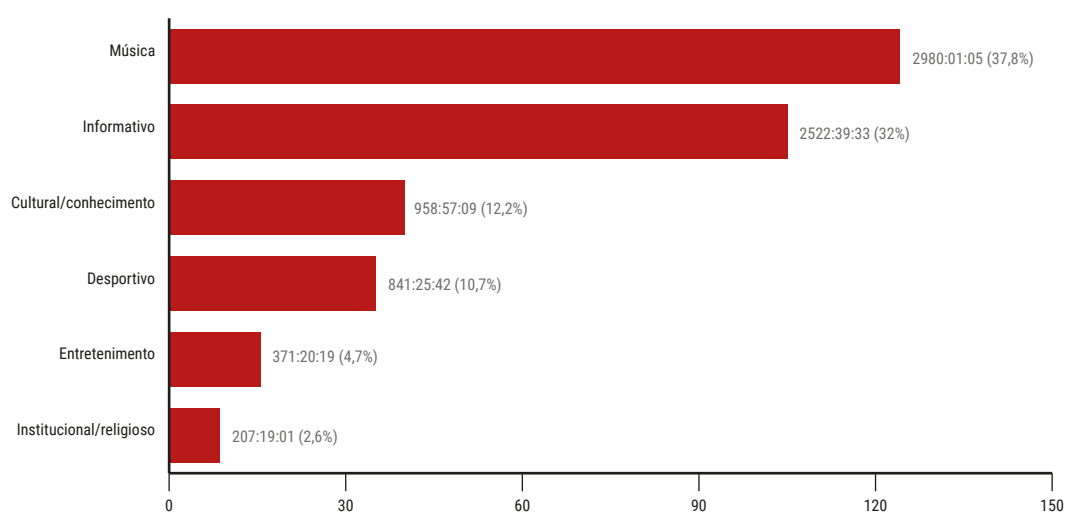
B. Programação da Antena 1

a) Diversidade de géneros radiofónicos

Os conteúdos emitidos pela Antena 1, em 2018, cobrem as seis grandes categorias de programação: *informativo*, *desportivo*, *música*, *entretenimento*, *cultural/conhecimento* e *institucional/religioso*, abrangendo 26 dos 31 géneros em que decompõem estas seis categorias. Os géneros que não registam presenças são o *resumo desportivo*, o *jogo interativo*, o *infotainment* e os programas de informação sem formato definido.

A distribuição da duração anual da programação pelo primeiro nível de géneros (*macrogéneros*) é a seguinte:

Fig.2 - Duração de *macrogéneros* na programação da Antena 1 (2018)



N= 7881h42m49s (n.º total de horas de emissão na Antena 1)

A categoria *música* é a que reúne mais conteúdos entre os emitidos pela Antena 1 (37,8%), traduzindo-se em aproximadamente 2980 horas de emissão. Seguem-se os programas de informação com aproximadamente 2522 horas, representando um terço da duração total da programação do ano (32%). Em terceiro, o grande género, *cultural/conhecimento* encontra-se a grande distância dos dois já referidos (12,2%). Os conteúdos *desportivos* correspondem a um décimo (10,7%) da duração total da programação do ano.

Os programas denominados de *entretenimento* (4,7%) e os que são promovidos por entidades com o intuito de divulgação própria, a par dos religiosos (2,6%), assumem uma menor representação.

Fig.3 - Duração de géneros na programação da Antena 1 (2018)

Género	Duração	
	hh:mm:ss	%
Noticiário	1255:09:17	15,9%
Reportagem	60:30:04	0,8%
Debate/Entrevista	209:18:02	2,7%
Comentário	30:34:48	0,4%
Edição especial	59:20:10	0,8%
Magazine informativo	222:32:53	2,8%
Antena aberta	172:12:26	2,2%
Boletim meteorológico	268:35:01	3,4%
Informação de trânsito	229:57:22	2,9%
Informação bolsista	14:29:30	0,2%
Informação desportiva	210:07:55	2,7%
Transmissão desportiva	546:56:15	6,9%
Comentário desportivo	84:21:32	1,1%
Programa de música	935:35:53	11,9%
Música de continuidade	1912:54:58	24,3%
Espetáculo	131:30:14	1,7%
Concurso/jogo	3:36:30	0,05%
Humor	85:56:56	1,1%
Talk show	165:21:55	2,1%
Outro (entretenimento)	116:24:58	1,5%
Artes e <i>media</i>	191:40:20	2,4%
Ciências e humanidades	709:31:01	9,0%
Comemorações e efemérides	0:03:20	0,001%
Educativo	57:42:28	0,7%
Institucional	21:33:47	0,3%
Religioso	185:45:14	2,4%
Total	7881:42:49	100%

N= 7881h42m49s (n.º total de horas de emissão na Antena 1)

À semelhança dos três anos precedentes, figuram dois géneros da categoria *música* entre os três mais relevantes nas grelhas da Antena 1, que, em conjunto, totalizam 36,2 % do tempo total de emissão. Destaca-se a emissão de *música de continuidade*, com praticamente um quarto do tempo de emissão (24,3 %), o que corresponde a perto de 1913 horas. Esta proporção resulta de mais de 34 mil músicas (34 113).

O segundo género com mais tempo de emissão é representado pelos *noticiários* (15,9 %), com aproximadamente 1255 horas. Seguem-se, no terceiro lugar da representatividade, os *programas de música* (11,9 %).

Estes abrangem vários géneros de música, como o fado e a música tradicional portuguesa, mantendo já uma regularidade de três anos consecutivos de emissão. Entre estes o jazz de “5’ de Jazz”; “Cena do Ódio”; “Alma Lusa”

(fado); “Bairro Latino”; “Cantos da Casa” (música tradicional portuguesa); “Costa a Costa”; “Crónicas da Idade Média”, “David Ferreira a Contar”; “Rosa dos Ventos”, “SOS Vinil” (música popular anglo-americana do século XX). Também programas surgidos em 2017 mantiveram a sua emissão em 2018, designadamente o “Masterclass” e os “Sultões do Swing”.

Em termos de manifestações culturais, a Antena 1 acompanha, ainda, na área da música os festivais de música Caixa Alfama, Bons Sons, Festival Med, FMM – Festival de Músicas do Mundo e Música no Castelo, que dão, igualmente, projeção a vários pontos do país. Em datas comemorativas, a rádio pública promove também programas dedicados aos temas em causa, por exemplo, no âmbito do Dia da Rádio. Festivais literários como o da Madeira merecem também acompanhamento de perto pela Antena 1. Para além destes conteúdos, são feitas coberturas em registo diário de eventos como os festivais de cinema do Estoril e de Veneza e de concertos de vários músicos portugueses.

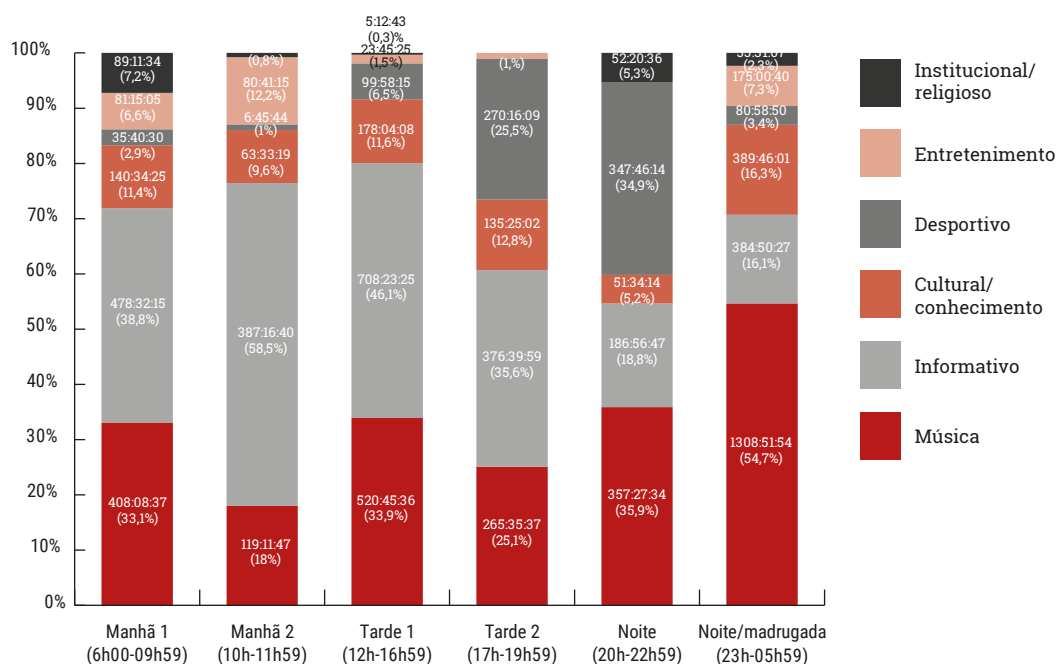
Em contraposição, as presenças menos significativas são assumidas pelo *curso/jogo* e pelas *comemorações e efemérides* (respetivamente 0,05 % e 0,001 %), estes últimos dedicados, a 08 de outubro, à celebração dos vinte anos de atribuição do prémio Nobel da Literatura a José Saramago (dez emissões de vinte segundos).

Entre outras presenças residuais estão também, no âmbito do género *informativo*, o comentário e a *informação bolsista* (0,4 % e 0,2 %). Também residual é a presença do género *institucional* (0,3 %), que inclui a ação de solidariedade do pirilampo mágico, direito de antena de partidos políticos e, surgindo, em 2018, a Rádio Aurora, como um espaço de programação emitido a partir do Hospital Júlio de Matos, em Lisboa, e «realizado por pessoas com historial psiquiátrico»¹⁵⁵.

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.

¹⁵⁵ <https://www.rtp.pt/programa/radio/p6866> acedido a 30 de abril de 2019.

b) Diversidade de géneros radiofónicos por período horário

Fig.4 - Duração de **macrogéneros** na programação da Antena 1 (2018)

N= 1233h22m26s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 662h31m46s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1536h09m32s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 1058h34m41s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 996h05m25s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2394h58m59s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada)

A distribuição da programação da Antena 1 por blocos horários mostra a presença das seis macro categorias em quatro desses blocos. Em 2018, regista-se a ausência dos programas do tipo *entretenimento* no horário da noite e *institucional/religioso* no segundo período da tarde. Em relação ao ano anterior, os conteúdos desportivos passaram a estar presentes em todos os intervalos horários, pese embora a sua pouca expressão no segundo período da manhã.

Apesar da presença global mais elevada do macrogénero *música*, a *informação* é o tipo de conteúdo que se destaca nos quatro horários diurnos contemplados. O *desporto* e a *música* predominam nos dois restantes intervalos noturnos.

A categoria *informação* é mais expressiva entre as 10h-11h59m (58,5 %). Os programas aí emitidos distribuem-se pelos dez géneros da categoria: *noticiário*, *reportagem*, *debate/entrevista*, *comentário*, *antena aberta*, *edição especial*, *magazine informativo*, *informação de trânsito*, *informação bolsista* e *boletim meteorológico*.

Em contraste, a menor porção de conteúdos *informativos* é emitida entre as 23h e as 05h59m (16,1%).

Nos intervalos noturnos, regista-se, entre as 20h-22h59, a predominância da *música* (35,9 %) e dos conteúdos *desportivos* (34,9 %), e das 23h às 05h59m, o destaque vai para a *música*, com metade da totalidade dos conteúdos transmitidos (54,7 %).

A maior parte da programação de *entretenimento*, cerca de metade das 371h20m19s, concentra-se no intervalo 23h-05h59 (175h00m40s).

Relativamente à distribuição horária dos programas de natureza *cultural* observa-se que o número superior de horas é também entre as 23h-05h59 (389h46m01s).

Tomando em consideração a decomposição destas grandes categorias, já havia sido referido que a música de *continuidade*, representa um quarto do tempo da emissão da Antena 1, em 2018.

A *música de continuidade* destaca-se ao ser a categoria com maior percentagem de duração em cinco dos seis períodos horários. As exceções são no intervalo das 10h às 11h59, em que o destaque vai para os programas de *antena aberta* (26 %), pertencentes à categoria *informação*, e no da 20h-22h59, com a *transmissão desportiva* (30,8 %). Porém, neste último intervalo é também quando a representatividade da *música de continuidade* é maior (30,6 %).

Os dois períodos da manhã apresentam a mesma diversidade com 20 géneros, registando-se uma subida em relação aos 17 géneros identificado em 2017. Para o período mais cedo mantém-se a tendência de supremacia da *música de continuidade* (24 %), seguida do *noticiário* (23,3%) e, em terceiro, *ciências e humanidades* (11,3 %). Para o segundo intervalo da manhã, o destaque cabe, tal como no ano precedente, a *antena aberta* (26 %), contribuindo para o relevo da grande categoria *informação*, seguido de *noticiário* (13,4 %) e *talk show* (12,1%). As *comemorações e efemérides* são o conteúdo com o tempo de emissão mais baixo.

O período com maior diversidade em termos de géneros é o compreendido entre as 12h e as 16h59m (*tarde 1*), com um total de 22. À referida *música de continuidade* (26,9%) seguem-se os *noticiários*, com menos de um quinto da duração do período (17,4 %) e os *magazine informativo* (11,9 %). Pertence às *comemorações e efemérides* (0,001 %) a menor relevância deste bloco horário.

Durante a *tarde 2* (17h-19h59), registam-se 18 géneros dos 31. Mantém-se a prevalência da *música de continuidade* (18,7 %), *transmissão desportiva* (17 %), seguindo-se o *noticiário* (16,5 %). As *comemorações e efemérides* registam o valor mais baixo de tempo de emissão, com 0,001 % da duração do período.

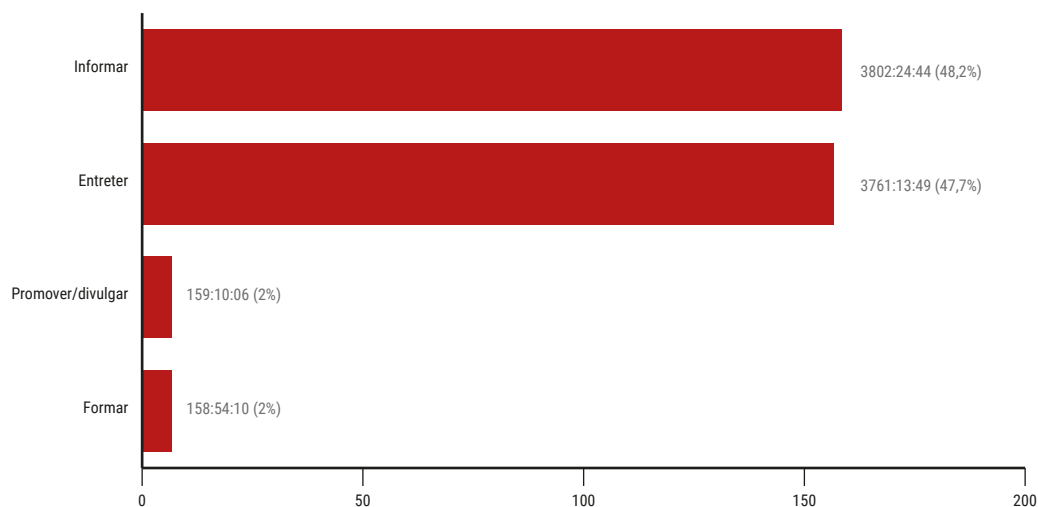
O intervalo da *noite* (20h-22h59m) regista a menor diversidade de géneros (total de 16). A presença do *macrogénero desportivo* espelha-se neste intervalo horário com a *transmissão desportiva* em destaque (30,8 %), com aproximadamente um terço do tempo emitido no intervalo, correspondendo a jogos de futebol para várias competições. Seguem-se a *música de continuidade* (30,6 %) e o *noticiário* (12,1 %). A categoria *entretenimento* não regista qualquer conteúdo neste intervalo horário.

O intervalo da *noite/madrugada* (23h-05h59m) regista 21 dos 31 géneros existentes. A *música de continuidade* mantém a sua primeira posição (26,3 %), na segunda posição os *programas de música* (26 %) e, na terceira, o *noticiário* (13,3 %). No campo *desportivo*, a *informação desportiva* regista o valor inferior (0,0002 %).

c) Funções na programação

A análise das funções da programação da Antena 1 permite salientar as vertentes informativas e de entretenimento:

Fig.5 - Duração das funções na programação da Antena 1 (2018)



N= 3802h24m44s (n.º total de horas da função informar); N= 3761h13m49s (n.º total de horas da função entreter); N= 159h10m06s (n.º total de horas da função promover/divulgar); N= 158h54m10s (n.º total de horas da função formar)

Os programas que compõem as grelhas da Antena 1 encontram-se polarizados em torno de duas *funções*: *informar* e *entreter*, acumulando respetivamente 48,2 % e 47,7 % da duração total da programação anual. No seu conjunto, ocupam mais de 90 % do tempo total de emissão.

A *função informar* é sobretudo composta pelos *noticiários*, que representam cerca de um terço (33 %) 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* (16,2 %), seguido pelos *boletins meteorológicos* (7 %).

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. Em grande parte, esta função é desempenhada pelos conteúdos musicais (75,2 %), designadamente *música de continuidade* (50,9 %), em destaque, e *programas de música* (20,9 %).

As duas funções menos presentes, *promover/divulgar* e *formar*, assumem um igual valor (2 %).

Mais de nove em cada dez horas da função *promover/divulgar* são preenchidas por programas *religiosos* (95,2 %), como “A Fé dos Homens” e a “Eucaristia Dominical”, ficando o remanescente da função a cargo dos programas *institucionais* (4,8 %).

Formar é uma função cumprida por dois géneros de programas: *ciências e humanidades* (59,3 %) e *educativos* (36,3 %) que preenchem mais de metade do tempo de emissão desta função. No que respeita a programas de *humanidades*, incluem-se, por exemplo, os programas “À Volta dos Livros”, sobre literatura, “Não Há Duas Sem Três, acerca de crenças populares, ou “Visita Guiada”, sobre o património cultural português. Na categoria *educativos* estão programas como “A Palavra do Dia”, “Direto ao Consumidor”, que responde a questões úteis para os consumidores; “Jogo da Língua” e as “Inacreditáveis verdades do planeta”, sobre factos científicos numa linguagem juvenil.

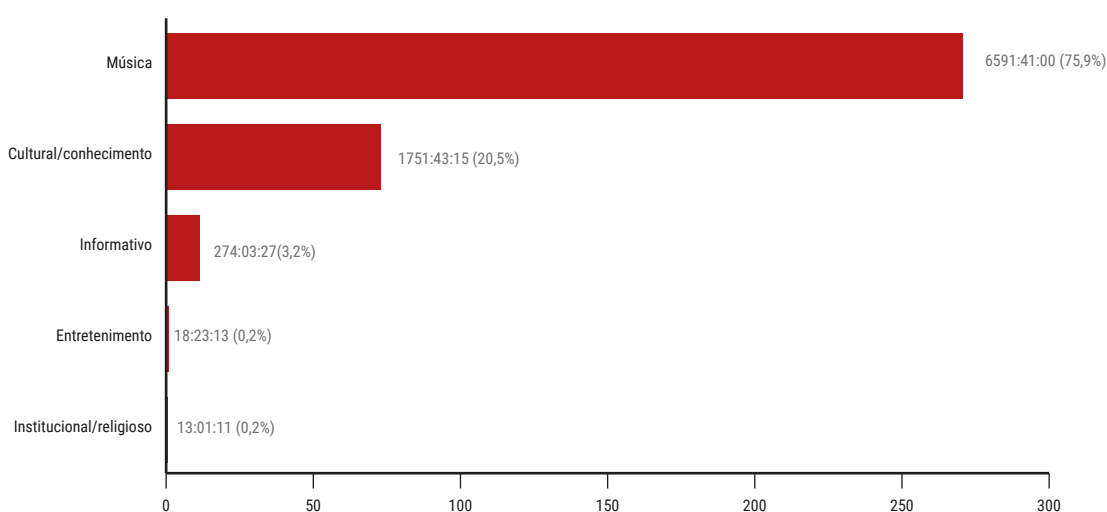
C. Programação da Antena 2

a) Diversidade de géneros radiofónicos

A Antena 2 emite programas que se enquadram em cinco das seis grandes categorias de *géneros* de programação: tal como vindo 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 baixa diversidade de *géneros* presentes nas suas grelhas.

Fig.6- Duração de macrogéneros na programação da Antena 2 (2018)



N= 8547:52:06 (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 sete em cada dez horas de programação emitida recaem nesta categoria (75,9 %), representando uma soma anual de mais de 6500 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 20,5 % do tempo total, que corresponde a pouco mais de 1700 horas. Este género registou um aumento relativamente ao ano anterior. Com uma presença bastante inferior, mas também a registar um aumento em 2018, os programas *informativos* totalizam 3,2 % 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 2017, sobretudo a 16 edições de um programa de transmissão de teatro, o “Teatro Sem Fios” (mais do dobro do ano anterior), que somam 13h10m34s de duração, e a quatro edições de “Vozes do bairro” (teatro radiofónico levado à cena), que perfazem 47m43s (0,2%).

Fig.7 - Duração de géneros na programação da Antena 2 (2018)

Género	Duração	%
Noticiário	132:30:56	1,6%
Reportagem	82:09:31	1,0%
Outro (informativo)	41:20:00	0,5%
Comentário	12:24:00	0,1%
<i>Magazine</i> informativo	4:09:00	0,0%
Boletim meteorológico	1:30:00	0,0%
Programa de música	3588:32:30	42,0%
Música de continuidade	1813:18:01	21,2%
Espetáculo	1088:50:29	12,7%
Outro (entretenimento)	18:23:13	0,2%
Artes e <i>media</i>	1291:35:36	15,1%
Ciências e humanidades	310:53:28	3,6%
Educativo	98:34:03	1,2%
Outro (cultural/conhecimento)	41:57:41	0,5%
Comemorações e efemérides	8:42:27	0,1%
Institucional	13:01:11	0,2%
Total Geral	8547:52:06	100,0%

N= 8547:52:06 (n.º total de horas de emissão na Antena 2)

Em 2018, a Antena 2 apresentou programas enquadrados em 16 géneros, dos 31 previstos na grelha de análise, mais dois do que no ano anterior. No âmbito da programação *cultural/conhecimento*, *comemorações* e *efemérides* teve a emissão, durante todo o mês de maio, no contexto dos 50 anos do Maio de 1968, de uma rubrica da autoria de David Ferreira, “É Proibido Proibir!”. A Antena 2 assinalou ainda os 70 anos Hot Club Portugal.

Quase metade do tempo total de programação deste serviço de programas (42 %) consistiu na transmissão de *programas de música*, género que contabilizou mais de 3588 horas, seguida de programas de *música de continuidade*. Regista-se a tendência já observada em anos anteriores de aumento de *programas de música* (28,5 %, em 2016, 39,1 %, em 2017, e 42 %, em 2018).

Em terceiro lugar, artes e media representam 15,1 % da programação da Antena 2, com programas como “Caleidoscópio”, “A vida é breve”, “A ronda da noite”, “Império dos sentidos” e “Roteiro das artes”, entre outros.

No polo oposto, programas institucionais e boletim meteorológico (com 0,2 % e 0,05 %, respetivamente) são os géneros que assumem a presença menos efetiva nas grelhas de emissão da Antena 2, juntamente com a *reportagem* que entrou em 2018 na grelha.

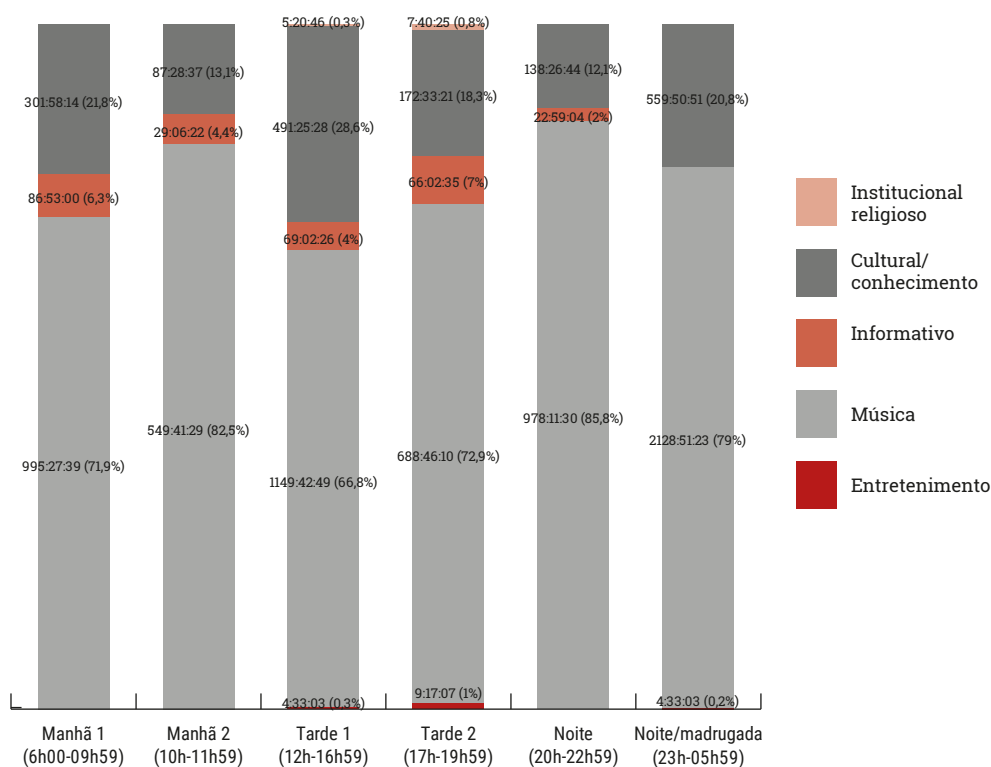
Dada a peculiaridade da programação da Antena 2 é interessante observar a diversidade de conteúdos integrados no género *programa de música*. Estes contemplam a função mais simples de fruição de música de determinados géneros, como é o caso de “Jazz a 2”, o “O Canto do Blues” ou “Música Contemporânea”, dedicado a obras atuais.

Na perspetiva de dar a conhecer a música, considerando os seus autores e intérpretes, as suas origens e a história da música, encontram-se programas como “O Tempo e a Música”¹⁵⁶ do académico Rui Vieira Nery, que aborda grandes obras sob a perspetiva histórica, ou “Memória”¹⁵⁷, que recupera os arquivos da Radiodifusão Portuguesa.

b) Diversidade de géneros radiofónicos por período horário

A Figura 8 ilustra a proporção das grandes categorias de géneros na emissão da Antena 2, ao longo do dia.

Fig.8 - Duração de macrogéneros por período horário na programação da Antena 2 (2018)



N= 1384h18m53s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 666h16m28s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1720h04m32s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 944h19m38s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 1139h37m18s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2693h15m17s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada)

A música assume uma posição de grande preponderância em todas as faixas horárias, assumindo o maior destaque no intervalo 20h-22h59 (85,8%). Por oposição, é no período da *tarde 1*, entre as 12h e as 16h59 que os conteúdos de música têm a sua expressão mais reduzida, ocupando, ainda assim, quase sete horas em cada dez de emissão (66,8%).

Os programas de informação decrescem gradualmente de importância à medida que o dia avança, tendência apenas contrariada pelo pico de maior relevância, entre as 17h e as 19h59, com uma presença de 7% da duração da faixa horária.

É durante a tarde, entre as 12h-16h59, que a programação cultural atinge maior expressão, ultrapassando um quarto (28,6%) do tempo de emissão da faixa. Tem em seguida maior expressão entre as 6h e as 09h59h (21,8%). A menor presença destes conteúdos relativamente aos restantes na faixa horária é atingido entre as 10h e as 11h59h (13,1%).

¹⁵⁶ <https://www.rtp.pt/programa/radio/p6338>, acessado a 17 de maio de 2019.

¹⁵⁷ <https://www.rtp.pt/programa/radio/p2165>, acessado a 17 de maio de 2019.

A programação classificada como entretenimento viu a sua reduzida expressão distribuir-se por três períodos, estando ausente nas faixas horárias da manhã e da noite 20h-22h59.

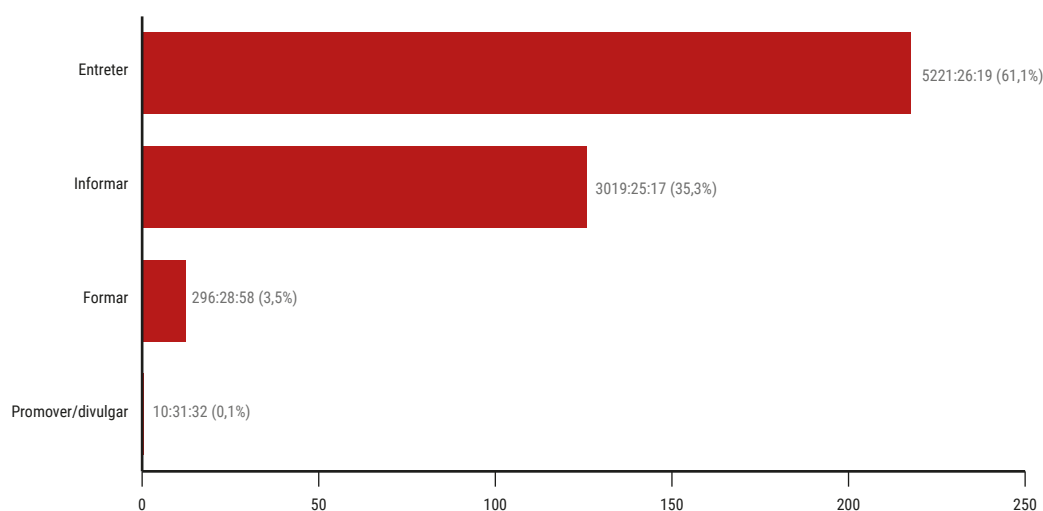
Os *programas de música* repartem o domínio das grelhas em três dos seis períodos horários com os programas de *espetáculo*, predominantes nos períodos da *tarde* (17h-19h59) e *noite* (22h-22h59). Nestes, o destaque é conferido à emissão de espetáculos musicais, sejam eles em direto ou em diferido. Estes conteúdos preenchem quase quatro quintos (67 %) da emissão entre as 20h e as 22h59. A *música de continuidade*, é predominante no período 6h-9h59, representando 38 % da duração desse período horário.

Para além dos *géneros* que integram a grande categoria *música, artes e media* (17,8 %) 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 “A vida é breve” e “Roteiro das artes” preenchem os 10,1 % 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 17,5 % e 20,6 % do tempo total do período.

c) 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*.

Fig.9 - Duração das funções na programação da Antena 2 (2018)



N= 8547:52:06 (n.º total de horas de emissão na Antena 2)

Em 2018, cerca de cinco mil e duzentas horas de programação da Antena 2 resultaram ou tiveram como propósito *entretener* os públicos, o que corresponde a 61,1% da emissão total do serviço de programas. A função *informar* esteve presente em mais de um terço da programação (35,3%), com quase 3020 horas emitidas.

Formar é uma função com um peso pouco significativo na programação da Antena 2, correspondendo a 296 horas no conjunto do ano (3,5 %).

A função *promover/divulgar* tem uma presença absolutamente residual (0,1 %).

A função que assume acentuada preponderância na programação da Antena 2 – *entreter* – tem nos programas de música o género de maior destaque, com cerca de 2285 horas de emissão, que correspondem a 43,8 % da duração desta função. Seguem-se os géneros *música de continuidade* (34,7 %) e *espetáculo* (20,9 %). Além dos três géneros da categoria música, apenas programas sem género definido de *entretenimento* (0,4 %), ou *culturais/conhecimento* (0,2%) e *comemorações e efemérides* (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 43,1 % da duração da função. Estes programas abordam a música dos mais variados estilos na sua vertente contextual, histórica, compositores, intérpretes e outros protagonistas.

O segundo género mais destacado na vertente informativa – *artes e media* (37,5 %) – 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”, “Caleidoscópio” ou “A Força das Coisas”.

Nas grelhas da Antena 2, *formar* é uma função cumprida em grande parte pelos programas de *artes e media*, consistindo estes em 53,3 % do total do tempo de emissão da função referida. A categoria *educativo* também sobressai: cobre mais de um terço (33,2 %) da função e nela encontra-se integrado o programa “A Vida Breve”.

No que toca às funções desempenhadas, os programas de *artes e media* mostram-se ecléticos: constituem 37,5 % da função *informar* e 53,3 % da função *formar*.

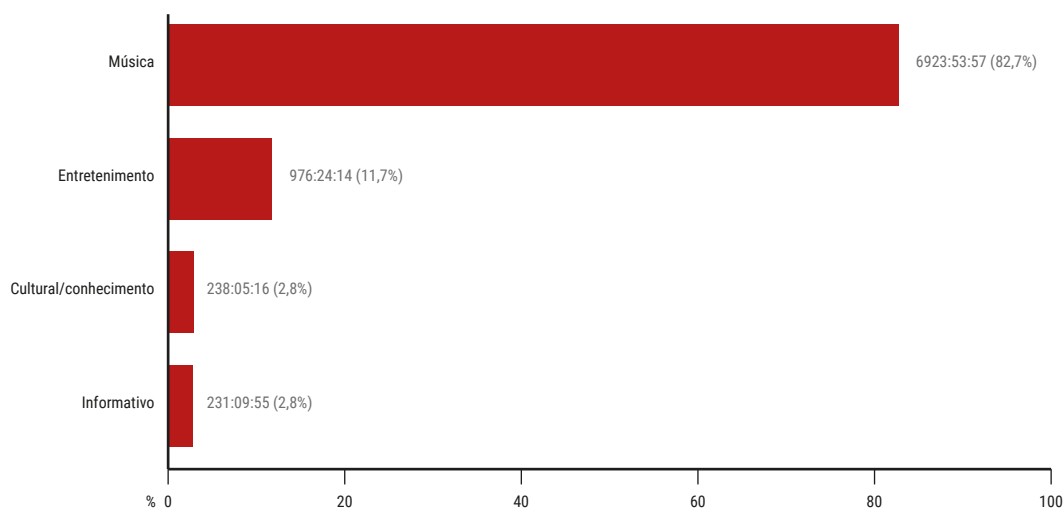
Programa de música é um género que se apresenta ainda mais variado em termos da função que desempenha, uma vez que representa 43,1 % da função *informar*, 43,8 % da duração da programação cujo principal móbil é *entreter* e 0,4 % da função *formar*.

D. Programação da Antena 3

a) Diversidade de géneros radiofónicos

A programação da Antena 3 abrange quatro das principais categorias de géneros de programas previstas nesta análise – *informativo, música, entretenimento e cultural/conhecimento* –, não havendo emitido programas *desportivos e institucionais* ou *religiosos*.

Fig.10 - Duração dos *macrogéneros* na programação da Antena 3 (2018)



N= 8369h33m22s (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

Em 2018, a *música* manteve a sua hegemonia como a categoria de programas mais emitida pela Antena 3, representando mais de oito em cada dez horas de emissão (82,7%), perfazendo um total anual de mais de 6900 horas. A segunda categoria mais relevante é o *entretenimento*, com um pouco menos de 1000 horas de emissão (11,7%).

Os conteúdos de natureza *cultural/conhecimento* são o terceiro género da Antena 3 (2,8%), representando aproximadamente 238 horas anuais de emissão. Ligeiramente abaixo, com idêntica expressão percentual, estão os programas informativos, com 231 horas de emissão.

Fig.11 - Duração de géneros radiofónicos na programação da Antena 3 (2018)

Género	Duração	
	hh:mm:ss	%
Noticiário	98:39:00	1,18%
Debate/entrevista	50:14:51	0,60%
Comentário	6:46:00	0,08%
Boletim meteorológico	7:42:00	0,09%
Informação de trânsito	67:48:04	0,81%
Programa de música	3039:00:20	36,31%
Música de continuidade	3808:59:08	45,51%
Espetáculo	75:54:29	0,91%
Concurso/jogo	0:01:00	0,00%
Jogo interativo	1:18:00	0,02%
Humor	213:00:40	2,55%
Infotainment	19:07:42	0,23%
<i>Talk show</i>	709:46:28	8,48%
Outro (entretenimento)	33:10:24	0,40%
Artes e <i>media</i>	168:23:42	2,01%
Ciências e humanidades	27:56:02	0,33%
Comemorações e efemérides	39:03:34	0,47%
Educativo	2:41:58	0,03%
Total	8369:33:22	100%

N= 8369h33m22s (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

No conjunto da programação da Antena 3, em 2018, verifica-se a presença de 18 géneros, num total de 31. Na primeira posição está a *música de continuidade*, com mais de dois quintos da emissão total do ano (45,5 %), perfazendo as 3809 horas. Seguem-se os *programas de música*, com 3039 horas (36,3 %). Em conjunto, as duas categorias ultrapassam, assim, os quatro quintos (81,8 %) do volume horário de programação anual da Antena 3. A distância considerável está o género *talk show*, quase nas 710 horas (8,5 %).

A *música de continuidade* constitui um elemento relevante, por exemplo, entre rubricas. Foram emitidas 47 940 faixas de música. A música assume-se como conteúdo de grande importância num serviço de programas cujo público-alvo são as camadas mais jovens da população.

Por seu turno, os *programas de música* permitem, em termos de programação, construir diversidade em torno de géneros musicais. Entre diversos *programas de música* elencam-se alguns exemplos, que correspondem aos títulos com maior expressão horária no ano: #Portugália, cobrindo a atualidade musical portuguesa; “A3.30”, com os temas mais votados da semana, “Rui Vargas – Música com Pés e Cabeça”, “O disco Disse”, “Rimas e Batidas”, “Muitos Mundos”, “Alta Tensão”, “Caixa de Ritmos”, “Indiegente”, “Matéria Prima”, “Coyote”, “Domingo no Mundo”, “Física e Química”; “MQ3”; “Profecia do Duque”, “3D” e ainda alguns “Especiais”, que dão a conhecer festivais ou bandas específicas.

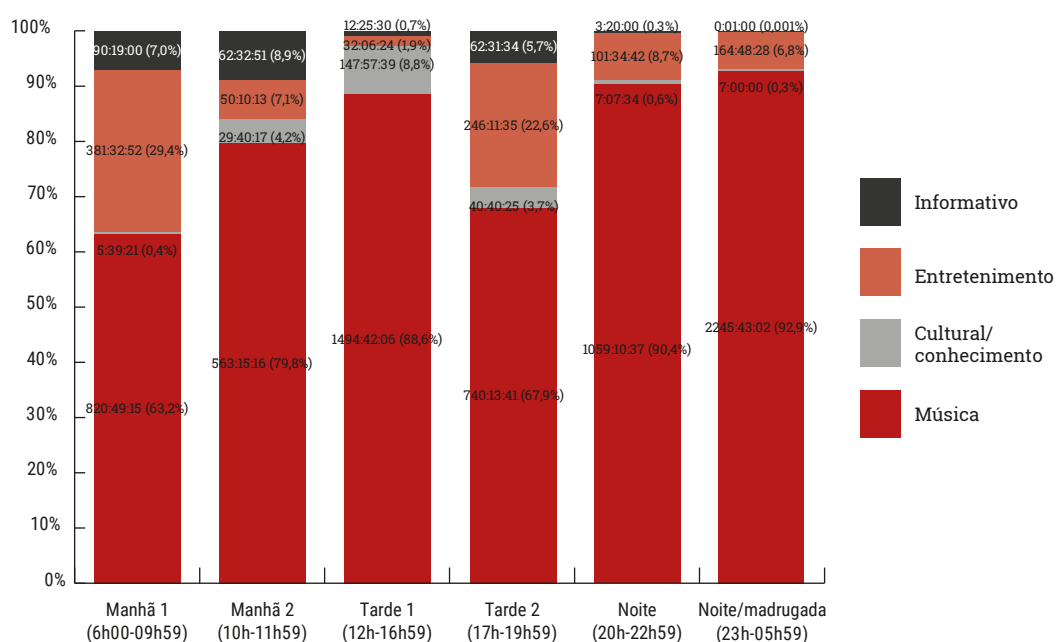
O terceiro género mais relevante é *talk show*, mantendo as presenças dos programas “Prova Oral”, “Bons Rapazes” e “Pingue Pongue”.

Os géneros com menor expressão são os conteúdos *educativos*, de *concurso/jogo* e *jogo interativo*.

b) 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.

Fig.12 - Duração de macrogéneros radiofónicos por período horário na Antena 3 (2018)



N= 1298h20m28s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 705h38m37s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1687h11m39s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 1089h37m15s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 1171h12m53s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2417h32m30s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada).

A programação da Antena 3 caracteriza-se por um predomínio de *música* ao longo de todo o dia, com os restantes conteúdos a assumirem, peso relativo muito inferior. O peso da música chega a ser superior a 90 % nos períodos da *noite* (20h-22h59m) e da *noite/madrugada* (23h-05h59). Em contraste, o horário em que esta categoria é menos expressiva é a primeira parte da manhã (06h00-09h59) ficando ligeiramente abaixo de dois terços (63,2 %).

O *entretenimento* regista a segunda maior presença em quatro dos intervalos horários, com a exceção da manhã 2 (10h-11h59), em que é superado pelos conteúdos *informativos* (8,9 %) e da *tarde 1* (12h-16h59), dando lugar à categoria *cultural/conhecimento* (8,8 %). Nos períodos da *noite* (20h-22h59) e da *noite/madrugada* (23h-05h59), são emitidos quase exclusivamente conteúdos dos dois macrogéneros predominantes, *música* e *entretenimento*.

Considerando as categorias de *género* por período horário (Cf. Anexo III - Figuras), verifica-se o destaque, em termos de duração, da *música de continuidade*, em quatro dos seis períodos horários, nomeadamente entre as 12h e as 16h59, em que supera três quartos do volume horário total (76,7 %).

Sendo a *música* a categoria marcante do serviço de programas Antena 3, nos períodos da noite a sua hegemonia mantém-se, mas pela presença dos programas de *música*. Estes programas são assinados (programas de autor), emitindo normalmente seleções musicais escolhidas por intervenientes reconhecidos no campo musical. Os *programas de música* representam, no turno da *noite* (das 20h às 22h59), metade do tempo de emissão e, no período *noite/madrugada* (entre as 23h e as 5h59), perto de três quartos daquele.

Observando a diversidade de géneros ao longo do dia, verifica-se que no período da *manhã 1* (06h-09h59) existe a presença de 13 dos 18 géneros presentes na programação da Antena 3. Contudo, sob a aparência de elevada diversidade, constata-se que a *música de continuidade* representa 56 % dos conteúdos emitidos, num total de quase 728 horas. A grande distância da música, os conteúdos de entretenimento são os segundos com maior presença neste horário, sobretudo os programas de *talk show* (18,3 %).

A diversidade de géneros é menor no resto do dia. No segundo período da manhã (10h-11h59), são emitidos *dez géneros*: predomina a *música de continuidade* (61,9 %), seguida pelos *programas de música* (18 %) que, juntos, representam oito em cada dez horas emitidas neste intervalo. Neste horário, a *informação* constitui a segunda categoria mais representada (8,9 %), devido à emissão de *debates/entrevistas* (7,1 %) – um género que só tem expressão neste período horário. Peso idêntico têm os conteúdos de *humor* (7,1 %) nesta faixa horária.

No primeiro intervalo da *tarde* (entre as 12h e as 16h59) são emitidos 12 géneros. A *música de continuidade* (76,7 %) e os *programas de música* (11,7 %) somam perto de nove em cada dez horas de emissão. Este é o turno em que os conteúdos de natureza *cultural/conhecimento* têm *presença mais expressiva*, sobretudo devido aos programas de *artes e media* (7,5 %), o terceiro género mais representado, destacando-se o programa “Domínio Público”. Apenas neste horário se observa a presença, mesmo que residual (0,2 %), de algum programa educativo na grelha da Antena 3 - trata-se do programa “Em Nome do Ouvinte”.

Na segunda parte da tarde, entre as 17h e as 19h59, o peso da *música* decresce em relação ao período anterior – a *música de continuidade* corresponde a 45,3 % do tempo de programação emitido e os *programas de música* a 22,2 %. Tal como no início da manhã, os *talk shows* marcam presença forte (21,3 %), conferindo peso ao *entretenimento*. Neste intervalo são emitidos onze géneros de conteúdos.

Tomando em conta o intervalo horário da *noite* (20h-22h59), a *música* representa, no seu conjunto de géneros, nove em cada dez horas de emissão. Os *programas de música* representam metade do tempo de emissão (49,8 %) incluindo títulos como “A Profecia do Duque”, “Hoje Ainda É Dia de Rock”, “MQ3”, “Poder Soul”, “Portugália”, “Rimas e Batidas” e “Rui Vargas – Música com Pés e Cabeça”. Entre todas as faixas horárias, é nesta que se regista maior expressão na emissão de *espectáculos* (4,3 %).

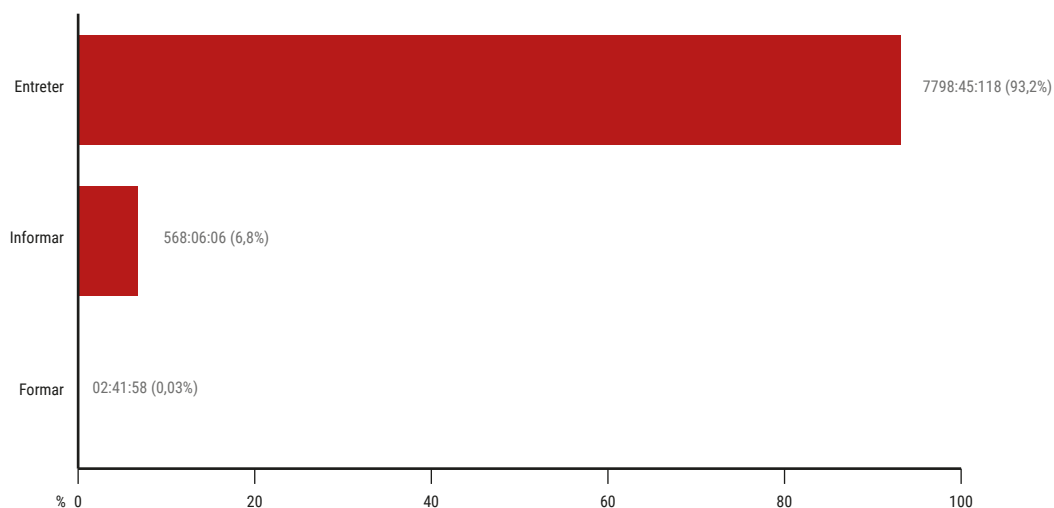
Na *noite/madrugada* (23h-05h59), para além das duas categorias dominantes – *programas de música* com maior destaque (74,3 %) e também *música de continuidade* (17,9 %), é de referir a expressão que assume a emissão de programas de *talk show* (6,1 %), nomeadamente “Pingue Pongue” e “Bons Rapazes”.

Com apenas sete géneros, é nos períodos da *noite* (20h-22h59) e *noite/madrugada* (23h-05h59) que se regista a menor variedade de conteúdos. No entanto, é nestes turnos que dominam os programas de música e os programas de assinatura – espaços autorais vocacionados para divulgar música que tem espaço limitado no resto da antena.

c) Funções na programação

Em 2018, a Antena 3 cumpriu três das *funções* previstas na presente análise para os conteúdos de radiodifusão.

Fig.13 - Duração das funções da programação da Antena 3 (2018)



N= 8369:33:22s (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

A função *entreter* impera na grelha da Antena 3, ultrapassando nove em cada dez horas de emissão e preenchendo, no total anual, perto de 7800 horas de emissão.

Os conteúdos destinados a *informar* representaram cerca de sete em cada cem horas de emissão – o correspondente a uma média diária de cerca de uma hora e meia de conteúdos com função informativa.

Formar tem uma presença residual (0,03 %), com as suas duas horas e quarenta minutos anuais a refletir a emissão de dez edições do programa “Em Nome do Ouvinte”.

Informar é a função primordial associada a nove géneros de programas. Tratando-se de um serviço de programas vocacionado para um público jovem, esta *função* acaba por não estar somente associada às categorias do *macrogénero informativo*, como é normal suceder noutros serviços de programas. Os programas de *artes e media* são os que mais concorrem para realizar esta *função* (29,6 %). O magazine “Domínio Público”, na versão longa e em formato de rubrica, é o programa que mais tempo conta em antena, neste género. Em segundo lugar, surgem alguns programas de *música* (17,9 %), seguidos de perto pelos *noticiários* (17,4 %). Exemplos de programas de *música* com função *informativa* são sobretudo os Especiais sobre bandas.

Formar, uma função com presença marginal na grelha da Antena 3, cumpre-se apenas pela categoria de programas *educativos* – sendo o seu tempo de emissão correspondente na íntegra ao programa “Em Nome do Ouvinte”.

A *função entreter*, apesar de ser cumprida por nove categorias, concentra-se fortemente nos géneros *música de continuidade* e *programa de música* que, somados, representam 86,5 % do tempo total da *função*. Para além desses, há a salientar os programas de *talk show* como terceiro género mais expressivo na duração total desta função (9,1 %)

3. CONTRATO DE CONCESSÃO DO SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIO E TELEVISÃO (CCSPRT)

A análise das grelhas de emissão dos serviços de programas Antena 1, Antena 2 e Antena 3 visa também a caracterização da programação do serviço público de rádio emitida em 2018, 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 abranja 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).

Tomando em consideração a missão de cada um dos serviços de programas analisados:

«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»¹⁵⁸.

¹⁵⁸ Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 15.ª, n.º 2, alínea a).

A RTP cumpre a obrigação de emitir um serviço de programas da rádio de âmbito nacional de carácter generalista, com as características transcritas no quadro acima, disponibilizando para o efeito a **Antena 1**.

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.

«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»¹⁵⁹.

Por seu turno, a **Antena 3** é o serviço que se destina aos públicos mais jovens.

«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**»¹⁶⁰.

Do anexo consta a grelha de programação e de pequenos formatos distribuídos pelo alinhamento horário semanal de programas das várias Antenas (Anexo III – Figuras).

De seguida, expõem-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 CCSPT.

DIVERSIDADE DE GÉNEROS RADIOFÓNICOS

A dissimilitude entre os conteúdos apresentados nas grelhas de programação dos três serviços de programas é um indício considerável do cumprimento da estratégia de complementaridade enunciada no supra citado contrato. No entanto, exige-se uma análise mais fina dos conteúdos disponibilizados.

A Antena 1 é o único serviço de programas que emite programas das seis grandes categorias, sendo a única com a presença dos conteúdos desportivos.

A Antena 2, que inclui programas pertencentes a cinco géneros (deixa assim de fora os *desportivos*), apresenta, por seu lado, os programas *culturais/conhecimento* e restantes a grande distância da *música*.

¹⁵⁹ Cf. Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 15.ª, n.º 2, alínea b).

¹⁶⁰ Cf. CCSPT, cláusula 15.ª, n.º 2, al. c).

A Antena 3 emite programas pertencentes a quatro *géneros*, entre os quais sobressai a música, que representa mais de oito em cada dez horas de emissão. Segue-se, com expressão muito inferior, o *entretenimento*. Resta aos conteúdos de *cultura/conhecimento* e aos *informativos* uma pequena parcela do tempo de emissão (2,8 % cada um).

Constata-se, assim, que 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 aproximadamente **quatro quintos da duração total** da programação do ano, respetivamente 75,9 % e 82,7 % em cada um deles. Por seu turno, a **Antena 1** apresenta muito menor percentagem de *música* no total da sua programação (37,8 %), mas ainda assim esta categoria lidera os 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, ou dedicando a atenção a música portuguesa sobretudo de raiz tradicional, os restantes serviços de programas possuem orientação clara relativamente aos conteúdos musicais que emitem. A Antena 2 tem por missão apresentar conteúdos musicais eruditos, clássicos, bem como eletrónica, *jazz* e *blues* e a obra dos artistas consagrados do século XX, 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.

Considerando os 31 *géneros* em que se desdobram as macro-categorias mencionadas, a Antena 1 apresenta 26, 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». 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 segundo lugar encontram-se os noticiários.

Em 2018, a Antena 2 apresentou programas enquadrados em 16 *géneros*, registando mais dois do que no ano anterior. É o serviço com a mais elevada transmissão de conteúdos no âmbito *cultural/conhecimento*. A sua vocação para os géneros clássico e erudito reflete-se na baixa diversidade de *géneros* presentes nas suas grelhas, pese embora a diversidade de funções assumidas pela categoria *música*. A especificidade dos conteúdos da Antena 2 está contemplada no CCSPRT, verificando-se que a sua programação se afasta daquela que se apresenta nas duas antenas mais generalistas do serviço público (Antena 1 e Antena 3).

Na Antena 3, que emitiu 18 dos 31 *géneros*, verifica-se que a *música de continuidade* se destaca, com 45,5 % da emissão, seguida pelos *programas de música* (36,3 %). O terceiro *género* mais importante, mas a grande distância, é o *talk show* (8,5 %). Este serviço de programas deve estar «vocado 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».¹⁶¹

Os programas sobre música abordam estilos muito diversos: música feita em Portugal, géneros musicais como eletrónica e dança, rock, *heavy metal*, alternativa, *world music*, *hip hop*, *soul*, *r&B*, *reggae*, *dub*, *house*, *drum & bass*, *electro*, *breakbeat*, entre outros.

Na **Antena 1**, os espetáculos (1,7 %), com destaque para os transmitidos no programa “Viva Música”, festivais de Verão variados e Festival da Eurovisão, cumprem a obrigação de transmissão de concertos. Em particular, o primeiro dos programas 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

¹⁶¹ Cf. Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 15.ª, n.º 2, alínea c).

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”.

Assim, a cobertura destes eventos, ao abranger várias regiões, permite ainda à Antena 1 dar expressão «às realidades regionais e à divulgação de música portuguesa, seus intérpretes e compositores».

Para a mesma obrigação de promover a produção e transmissão de concertos musicais, também a partir do estrangeiro, «nomeadamente nas emissões destinadas ao público mais jovem», a transmissão de *espetáculos* da Antena 3 (0,9 % da programação) e a presença em festivais de música dão cumprimento a esta obrigação.

A Antena 3 dá lugar à divulgação de novos artistas e bandas, nomeadamente através de programas de autor orientados para públicos de vários géneros musicais. Os concursos de bandas são formas de estimular a criação artística nos jovens e incentivam a sua participação na sociedade. A Antena 3 promove-os através do sítio *online*, da página do *Facebook* e ainda na emissão de rádio. Exemplo destes projetos é o Termómetro – um concurso anual para novas bandas, que inclui a transmissão de excertos das atuações das bandas participantes, por todo o país, nas várias fases do concurso.

A promoção da Língua Portuguesa tem em programas *educativos* da Antena 1 como “O Jogo da Língua” e “Palavra do Dia” 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 9 % 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». Estão incluídos programas como “À Volta dos Livros”, “O Amor é...”, “Radicais Livres”, entre outros.

O conteúdo *artes e media* representa 15,1 % da programação da Antena 2, com programas como “Caleidoscópio”, “A vida é breve”, “A ronda da noite”, “Império dos sentidos” e “Roteiro das artes”, entre outros.

O CCSPRT 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», 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. Além do futebol, mereceram atenção o Rally de Portugal e a Volta a Portugal em Bicicleta.

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.

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». Os programas que compõem as grelhas da

Antena 1 encontram-se polarizados em torno de duas *funções*: *informar* e *entretêr*. No seu conjunto, ocupam mais de 90 % do tempo total de emissão.

A Antena 2 apresenta *entretêr* como *função* mais relevante da sua programação, cumprida por cerca de 5 mil e duzentas horas de conteúdos difundidos em 2018. *Informar* é o propósito principal das horas emitidas por este serviço de programas (35,3 %), enquanto *formar* não vai além de 3,5% da emissão anual.

Saliente-se que um terço da duração da *função informar* consiste em programas de *artes e media*, sobre várias expressões artísticas, entre elas a música, e também ciência e tecnologia, literatura e património (53,3 %). 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.

Fruto da missão que o CCSPRT confia à Antena 2 é, também, a diversidade de conteúdos integrados no *género programa de música*, patente nas diversas *funções* que estes podem assumir. Considerando a *função informar*, verifica-se que *programa de música* é o género com maior relevância horária, assumindo 43,1 % da duração da *função*. Estes programas abordam a música dos mais variados estilos na sua vertente contextual, histórica, compositores, intérpretes e outros protagonistas.

A *função entretêr* é, a grande distância, a mais expressiva no conjunto da emissão da Antena 3, traduzida em mais de sete mil horas de emissão no ano (93,2 %). Esta *função* concretiza-se sobretudo na emissão de *música de continuidade* e de *programas de música*.

Informar, a segunda *função*, está associada a quase sete em cada cem horas emitidas, com destaque para os programas de *artes e media*, que representam perto de um terço daquele tempo, secundados pelos noticiários. *Formar* é uma *função* residual na programação da Antena 3, tendo em 2018 sido exclusivamente cumprida pelas dez emissões do programa do provedor do ouvinte, que se inscreve no género de programas *educativos*.

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.

A Rádio e Televisão de Portugal, concessionária do serviço público de Rádio e Televisão, 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 análise¹⁶² 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.^a do CCSPRT, designadamente nos n.ºs 1 e 2.

¹⁶² Cf. <http://www.rtp.pt/play/direto/antena1>, <http://www.rtp.pt/play/direto/antena2> e <http://www.rtp.pt/play/direto/antena3>.

De acordo com a alínea g) da cláusula 4.^a do CCSPRT, a Antena 1 encontra-se *online* através do sítio <http://www.rtp.pt/antena1/>, com emissão *online* em direto e programação *on demand* atualizada à última edição de cada programa. Destaca na sua página conteúdos de informação, em constante atualização. 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>) e uma ligação direta para a página desta rede social e também do *Twitter* (<https://Twitter.com/antena1rtp>).

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 através 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. Em “+Antena2” acede-se a um arquivo de vídeos de concertos, argumentos e letras de canções.

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>) e ligação ao *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 CCSPRT, se dirigir a um público-alvo mais jovem. Está acessível através de emissão *online* em direto, programação *on demand* e *podcasts*. No topo da página, três opções sugerem ao utilizador experiências diferentes: *ouvir*, *ver* e *ler*. *Ouvir* remete para entrevistas, programas, rubricas, *mixtapes*, etc. *Ver* direciona o utilizador para conteúdos audiovisuais sobre música e músicos – documentários, reportagens, *videoclips*, registos de música ao vivo nos estúdios da Antena 3 e versão vídeo de programas. Em *ler* acede-se a conteúdos escritos – entrevistas, artigos, notícias. Na *homepage* encontram-se em destaque diversos tipos de conteúdos ligados à música, desde notícias a *videoclips* e informação sobre festivais de música ou de cinema.

A Antena 3 marca presença nas redes sociais: *Facebook* (www.Facebook.com/antena3rtp), *Twitter* (<https://Twitter.com/antena3rtp>) e *Instagram* (<https://www.Instagram.com/antena3rtp/>). Também está disponível a ligação ao canal da rádio no *Youtube* (<https://www.Youtube.com/user/antena3rtp>), *Google Play* 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.

4. METODOLOGIA

A análise incide sobre o *universo* de programas emitidos em 2018 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 constituiriam 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*.
- a. *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, Figura 32).

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, Figura 33).

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.

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 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-contendor”. 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).

5. ANEXOS

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.

c) Funções na programação

Entende-se por *função* a finalidade que o operador prossegue, sob o ponto de vista da receção, com a seleção de um dado conteúdo radiofónico, 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.14 - Classificação de géneros radiofónicos e funções

Género 1º Nível	Género	Funções
<i>Macrogénero</i>	<i>Género</i>	
1. Informativo	1.1. Noticiário	
	1.2. Reportagem	
	1.3. Debate/Entrevista	
	1.4. Comentário	
	1.5. Edição especial	
	1.6. Magazine informativo	Informar
	1.7. Antena aberta	
	1.8. Boletim meteorológico	
	1.9. Informação trânsito	
	1.10. Informação bolsista	
	1.11. Outro (informativo)	
2. Desportivo	2.1. Informação desportiva	Informar
	2.2. Transmissão desportiva	Entreter
	2.3. Resumo desportivo	Informar
	2.4. Comentário desportivo	Informar
3. Música	3.1. Programa de música	Entreter/Informar
	3.2. Música de continuidade	Entreter
	3.3. Espetáculos	Entreter
4. Entretenimento	4.1. Concurso/jogo	
	4.2. Jogo interativo	
	4.3. Humor	
	4.4. <i>Infotainment</i>	Entreter
	4.5. <i>Talk show</i>	
	4.6. Outro (entretenimento)	
5. Culturais/conhecimento	5.1. Artes e média	Informar/Formar
	5.2. Ciências e humanidades	Informar/Formar
	5.3. Comemorações e efemérides	Informar/Formar
	5.4. Educativo	Formar
	5.5. Outro (cultural/conhecimento)	Informar/Formar
6. Institucional/religioso	6.1 Institucional	Informar/Formar/ Promover/divulgar
	6.2. Religioso	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 - CCSPRT.

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.15 - 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 infante-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.16 - Quadro de referência – Âmbito e ações a desenvolver em matéria de programação pelos serviços de programas de rádio

Serviço Público de Rádio**Cláusula 15.ª – Âmbito**

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.
Uma programação de referência, qualitativamente exigente e que procure a valorização cultural e educacional dos cidadãos;
- (...) Uma programação globalmente diferenciadora face à oferta do mercado audiovisual português;

Cláusula 16.ª – Ações a Desenvolver em Matéria de Programação

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;
- 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

Cláusula 17.^a – Multimédia

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.17 - Grelha de programação semanal da Antena 1 (Setembro 2018)



	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
00:00		Crónicas da Idade Média Ruben de Carvalho Iolanda Ferreira	Visita Guiada Paula Moura Pinheiro	Radicais Livres (REP) Rui Pêgo, JN Pinto e R. Carvalho	Sem Ensaio Carlos Martins	Sulões do Swing José Navarro de Andrade	
01:00	Alma Lusa Edgar Canelas	Grandes Adeptos Linha do Horizonte	Alma Lusa (REP) Edgar Canelas	Rádio Aurora - A Outra Voz Hospital Júlio de Matos	Oceano Atlântico Pedro Coquenão	O Amor é... (REP) Prof. Júlio Machado Vaz e Inês Menezes	Costa a Costa Pedro Costa
02:00	Visão Global (REP) Mario Rui Cardoso			Linha do Horizonte		A Cena do Ódio (REP) David Ferreira	Encontros Imediatos João Govern e Margarida Pinto Correia
03:00		Linha do Horizonte	Linha do Horizonte		Linha do Horizonte	Mundo Fantástico ou Masterclass (REP) N. Gonçalves	
04:00	Linha do Horizonte						
05:00						Bairro Latino (REP) João Govern	Rosa dos Ventos (REP) Jorge Afonso
06:00	José Candeias					O Povo Que Volta a Cantar Tiago Pereira	A Fé dos Homens
07:00	Manhã A1		Carlos Trindade		José	José Candeias	Cantos da Casa Armando Carvalheda
						Daída Ferreira a Contar Consigo David Ferreira	Eucaristia Dominical
						Encontros Imediatos João Govern e Margarida Pinto Correia	Vozes da Lusofonia Edgar Canelas
							O Amor é... Prof. Júlio Machado Vaz e Inês Menezes
11:00	Antena Aberta António Jorge						A Cena do Ódio David Ferreira
12:00	Manhã A1 - 2.ª parte Augusto Fernandes					Entrevista Maria Flor Pedrosa	Visão Global Mario Rui Cardoso
13:00	Portugal em Directo					Radicais Livres Rui Pêgo, Jaime Nogueira Pinto e Ruben de Carvalho	Entrevista A1 / Negócios Uma Conversa Capital Rosário Lira
	Tarde A1 - 1.ª parte Filomena Crespo						
14:00						Grandes Adeptos Total Tiago Alves	Viva a Música (REP) Armando Carvalheda
15:00	Vivamusica Armando Carvalheda					Os Dias do Futuro Edgar Canelas	Especial Desporto Super Liga e Liga de Honra/ Musical A1
16:00						Mundo Fantástico ou Masterclass (REP) N. Gonçalves	
17:00	Tarde A1 - 2.ª parte Paulo Rocha						
18:00						Cinemax (REP) Tiago Alves	
19:00	Grandes Adeptos Musical A1	Ponto de Partida Eduarda Maio	Grande Report D.I. Musical A1	O Esplendor de Portugal Rui Pêgo	Contraditório João Barreiros	Musical A1/ Desporto	
20:00							
21:00	Noite A1 Jorge Afonso						
22:00							
23:00	Musical A1	E Deus Criou o Mundo Henrique Mota	A Páginas Tantas Fernanda Almeida	Cinemax Tiago Alves	Um Homem e Uma Mulher Inês Pedrosa, Rui Zink	Rosa dos Ventos Jorge Afonso	Bairro Latino João Govern

Fonte: RTP

Fig.18 - Grelha de pequenos formatos na programação semanal da Antena 1 (2018)

	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 Aveso (REP)	Dias do Aveso (REP)	Dias do Aveso (REP)	Dias do Aveso (REP)		
02:42		À Volta dos Livros (REP)	À Volta dos Livros (REP)	À Volta dos Livros (REP)	À Volta dos Livros (REP)		
02:54		5' de Jazz		5' de Jazz	5' de Jazz		
03:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários		
03:22							
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
07:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
07:12	A Mosca	A Mosca	A Mosca	A Mosca	A Mosca		
07:20	Histórias da História	Histórias da História	Histórias da História	Histórias da História	Histórias da História		
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		
07:42	Portugueses no Mundo	Portugueses no Mundo	Portugueses no Mundo	Portugueses no Mundo	Portugueses no Mundo		
07:46	Sabichão	Sabichão	Sabichão	Sabichão	Sabichão		
07:55	Portugalex	Portugalex	Portugalex	Portugalex	Portugalex		
08:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
08:12	A Mosca	A Mosca	A Mosca	A Mosca	A Mosca		
08:13	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade		
08:22	Um dia no Mundo	Um dia no Mundo	Um dia no Mundo	Um dia no Mundo	Um dia no Mundo		
08:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese		
08:32	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto		
08:42	Fio da Meada	Fio da Meada	Fio da Meada	Fio da Meada	Fio da Meada		
08:47	Bolsa	Bolsa	Bolsa	Bolsa	Bolsa		
08:49	Contas do Dia	Contas do Dia	Contas do Dia	Contas do Dia	Contas do Dia		
08:57	Maria Vai com as Outras	Maria Vai com as Outras	Maria Vai com as Outras	Maria Vai com as Outras	Maria Vai com as Outras		
09:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
09:12	A Mosca	A Mosca	A Mosca	A Mosca	A Mosca		
09:22	O amor é...	O amor é...	O amor é...	O amor é...	O amor é...		
09:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese		
09:32	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto		
10:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
10:12	Entrevista/Reportagem	Entrevista/Reportagem	Entrevista/Reportagem	Entrevista MFP	Entrevista/Reportagem		
10:48	Cinemas	Cinemas	Cinemas	Cinemas	Cinemas		
10:58	90' de Ciência	90' de Ciência	90' de Ciência	90' de Ciência	90' de Ciência		
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 (15)	Info Desporto (15)	Info Desporto (15)	Info Desporto (15)	Info Desporto (15)		
12:57	Palavra do Dia	Palavra do Dia	Palavra do Dia	Palavra do Dia	Palavra do Dia		
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 Aveso	Os Dias do Aveso	Os Dias do Aveso	Os Dias do Aveso	Os Dias do Aveso		
14:57	Vou Ali e Já Venho	Vou Ali e Já Venho	Vou Ali e Já Venho	Vou Ali e Já Venho	Vou Ali e Já Venho		
15:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
15:17		Mundo Fiscal	Dúvida Crítica		Masterclass A1 / SPA		
15:42	SOS Refugiados						
15:58	T' de Ciência por dia não sabes o bem que te fazas	ZigZagZoo	Eu Digo e Pronto!		Incríveis Verdades do Planeta		
16:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
16:08					Em Nome do Ouvinte		
16:20	Não há duas sem três	Não há duas sem três	Não há duas sem três	Não há duas sem três	Não há duas sem três		
16:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese		
16:32	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto		
16:42	Portugueses no Mundo	Portugueses no Mundo(REP)	Portugueses no Mundo(REP)	Portugueses no Mundo(REP)	Portugueses no Mundo(REP)		
16:50	Bolsa	Bolsa	Bolsa	Bolsa	Bolsa		
17:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
17:13	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		
17:39	Sabichão	Sabichão	Sabichão	Sabichão	Sabichão		
17:42	À Volta dos Livros	À Volta dos Livros	À Volta dos Livros	À Volta dos Livros	À Volta dos Livros		
17:57	Maria Vai com as Outras (REP)	Maria Vai com as Outras (REP)	Maria Vai com as Outras (REP)	Maria Vai com as Outras (REP)	Maria Vai com as Outras (REP)		
18:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
18:13	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade		
18:30	Info Desporto (12)	Info Desporto (12)	Info Desporto (12)	Info Desporto (12)	Info Desporto (12)		
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)		
18:57	90' de Ciência	90' de Ciência	90' de Ciência	90' de Ciência	90' de Ciência		
19:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
20:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
20:22	Dias do Aveso (REP)	Dias do Aveso (REP)	Dias do Aveso (REP)	Dias do Aveso (REP)	Dias do Aveso (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)	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 (12)	Info Desporto (12)	Info Desporto (12)	Info Desporto (12)	Info Desporto (12)		
22:45	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.19 - Duração de géneros por período horário na Antena 1 (2018)

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	286:49:00	23,3%	88:39:57	13,4%	267:33:00	17,4%	174:09:00	16,5%	120:28:20	12,1%	317:30:00	13,3%
Reportagem	27:35:32	2,2%	11:54:42	1,8%	07:09:01	0,5%	13:00:17	1,2%	00:11:32	0,02%	00:39:00	0,03%
Debate/Entrevista	02:07:09	0,2%	56:35:00	8,5%	50:09:54	3,3%	89:45:19	8,5%	03:42:19	0,4%	06:58:21	0,3%
Comentário	30:34:48	2,5%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Edição especial	02:53:00	0,2%	10:56:37	1,7%	39:07:02	2,5%	02:55:04	0,3%	01:13:07	0,1%	02:15:20	0,1%
Magazine informativo	03:43:00	0,3%	-	-	183:33:47	11,9%	-	-	-	-	35:16:06	1,5%
Antena aberta	-	-	172:12:26	26,0%	-	-	-	-	-	-	-	-
Boletim meteorológico	63:03:18	5,1%	20:14:27	3,1%	75:05:56	4,9%	43:05:23	4,1%	44:55:50	4,5%	22:10:07	0,9%
Informação de trânsito	57:30:28	4,7%	26:43:31	4,0%	75:32:45	4,9%	53:43:26	5,1%	16:25:39	1,6%	00:01:33	0,001%
Informação bolsista	04:16:00	0,3%	-	-	10:12:00	0,7%	00:01:30	0,002%	-	-	-	-
Informação desportiva	35:40:30	2,9%	02:47:30	0,4%	66:07:22	4,3%	64:38:59	6,1%	40:53:14	4,1%	00:00:20	0,0002%
Transmissão desportiva	-	-	01:38:14	0,2%	08:19:22	0,5%	179:52:38	17,0%	306:53:00	30,8%	50:13:01	2,1%
Comentário desportivo	-	-	02:20:00	0,4%	25:31:31	1,7%	25:44:32	2,4%	-	-	30:45:29	1,3%
Programa de música	111:29:30	9,0%	48:53:22	7,4%	42:13:52	2,7%	64:43:15	6,1%	44:29:48	4,5%	623:46:06	26,0%
Música de continuidade	296:05:07	24,0%	70:14:25	10,6%	413:55:14	26,9%	198:01:08	18,7%	305:15:35	30,6%	629:23:29	26,3%
Espectáculo	00:34:00	0,05%	00:04:00	0,01%	64:36:30	4,2%	02:51:14	0,3%	07:42:11	0,8%	55:42:19	2,3%
Concurso/jogo	01:22:46	0,1%	00:24:36	0,1%	00:27:28	0,03%	01:21:40	0,1%	-	-	-	-
Humor	39:42:02	3,2%	00:12:00	0,03%	23:13:39	1,5%	09:16:14	0,9%	-	-	13:33:01	0,6%
Talk show	-	-	80:04:39	12,1%	-	-	-	-	-	-	85:17:16	3,6%
Outro (entretenimento)	40:10:17	3,3%	-	-	00:04:18	0,005%	-	-	-	-	76:10:23	3,2%
Artes e média	01:27:12	0,1%	12:24:49	1,9%	02:30:22	0,2%	78:29:23	7,4%	-	-	96:48:34	4,0%
Ciências e humanidades	139:06:33	11,3%	51:08:10	7,7%	136:26:48	8,9%	56:55:19	5,4%	46:49:18	4,7%	279:04:53	11,7%
Comemorações e efemérides	00:00:40	0,001%	00:00:20	0,001%	00:01:00	0,0%	00:00:20	0,0%	00:01:00	0,002%	-	-
Educativo	-	-	-	-	39:05:58	2,5%	-	-	04:43:56	0,5%	13:52:34	0,6%
Outro (cultural/conhecimento)	-	-	-	-	01:28:00	0,1%	-	-	-	-	-	-
Institucional	-	-	-	-	05:12:43	0,3%	-	-	00:15:00	0,03%	16:06:04	0,7%
Religioso	89:11:34	7,2%	05:03:01	0,8%	-	-	-	-	52:05:36	5,2%	39:25:03	1,6%
	1233:22:26	100%	562:31:46	100%	1536:09:32	100%	1058:34:41	100%	996:05:25	100%	2394:58:59	100%

N= 1233h22m26s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 662h31m46s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1536h09m32s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 1058h34m41s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 996h05m25s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2394h58m59s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada)

Fig.20 - Duração de funções por género na Antena 1 (2018)

Género	Informar		Entreter		Promover/divulgar		Formar	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Noticiário	1255:09:17	33%	-	-	-	-	-	-
Reportagem	60:30:04	1,6%	-	-	-	-	-	-
Debate/entrevista	202:18:19	5,3%	-	-	-	-	6:59:43	4,4%
Comentário	30:34:48	0,8%	-	-	-	-	-	-
Edição especial	59:20:10	1,6%	-	-	-	-	-	-
Magazine informativo	222:32:53	5,85%	-	-	-	-	-	-
Antena aberta	172:12:26	4,5%	-	-	-	-	-	-
Boletim meteorológico	268:35:01	7,1%	-	-	-	-	-	-
Informação de trânsito	229:57:22	6%	-	-	-	-	-	-
Informação bolsista	14:29:30	0,4%	-	-	-	-	-	-
Informação desportiva	210:07:55	5,5%	-	-	-	-	-	-
Transmissão desportiva	-	-	546:56:15	14,5%	-	-	-	-
Comentário desportivo	84:21:32	2,2%	-	-	-	-	-	-
Programa de música	150:56:54	4,0%	784:38:59	20,9%	-	-	-	-
Música de Continuidade	-	-	1912:54:58	50,9%	-	-	-	-
Espetáculo	-	-	131:30:14	3,5%	-	-	-	-
Concurso/jogo	-	-	3:36:30	0,1%	-	-	-	-
Humor	-	-	85:56:56	2,3%	-	-	-	-
Talk show	-	-	165:21:55	4,4%	-	-	-	-
Outro (entretenimento)	-	-	116:24:58	3,1%	-	-	-	-
Artes e media	191:40:20	5%	-	-	-	-	-	-
Ciências e humanidades	615:19:02	16,2%	-	-	-	-	94:11:59	59,3%
Comemorações e efemérides	0:03:20	0,001%	-	-	-	-	-	-
Educativo	-	-	-	-	-	-	57:42:28	36,3%
Outro (cultural/conhecimento)	01:28:00	0,04%	-	-	-	-	-	-
Institucional	-	-	13:53:04	0,4%	7:40:43	4,8%	-	-
Religioso	34:15:51	0,9%	-	-	151:29:23	95,18%	-	-

N= 3802h24m44s (n.º total de horas da função informar); N= 3761h13m49s (n.º total de horas da função entreter); N= 159h10m06s (n.º total de horas da função promover/divulgar); N= 158h54m10s (n.º total de horas da função formar)

Fig.21 - Grelha de programação semanal na Antena 2 (início de 2018)



	segunda	terça	quarta	quinta	sexta	sábado	domingo		
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 Pedro Coelho Música Hoje Misomusic Portugal	Geografia dos Sons Luís Tinoco	Refletor Rui Guimarães	01:00	
02:00	Olhar a Lua Tomás Anahory	Jazz a 2 João Moreira dos Santos, Maria Alexandra Corvela e Luís Caetano					Olhar a Lua Tomás Anahory	02:00	
03:00	Madrugada André Pinto Dois ao Quadrado Pedro Coelho	Café Plaza Germano Campos	Café Plaza Germano Campos	Argonauta Jorge Carnaxide	Argonauta Jorge Carnaxide	Fuga da Arte Ricardo Saló	Madrugada André Pinto Dois ao Quadrado Pedro Coelho	03:00	
04:00		A Ronda da Noite Luís Caetano				Ecos da Ribalta João Pereira Bastos		04:00	
05:00		Coreto Jorge Costa Pinto	Caleidoscópio I	A Propósito da Música Alexandre Delgado	Memória Alexandra Almeida	Caleidoscópio II		05:00	
06:00	Notas Finais João Pedro								
07:00	Império dos Sentidos Paulo Alves Guerra					Sol Maior Pedro Rafael Costa		07:00	
08:00						Café Plaza Germano Campos		Café Plaza Germano Campos	08:00
09:00						Café Plaza Germano Campos		Café Plaza Germano Campos	09:00
10:00	Boulevard I André Pinto					Quinta Essência João Almeida	Um Certo Olhar Luís Caetano	10:00	
11:00	Vale a Pena Ouvir Maria Alexandra Corvela e Reinaldo Francisco					A Propósito da Música Alexandre Delgado	O Tempo e a Música Rui Vieira Nery	11:00	
12:00	Boulevard II André Pinto					Música Aeterna João Chambers	Páginas de Português José Mário Costa	12:00	
13:00	Caleidoscópio I	O Véu Diáfano Pedro Amaral	Caleidoscópio II	Geografia dos Sons Luís Tinoco	Ecos da Ribalta João Pereira Bastos	Coreto Jorge Costa Pinto	13:00		
14:00	Vibrato I Pedro Rafael Costa					O Tempo e a Música Rui Vieira Nery	Memória Alexandra Almeida	14:00	
15:00	Vale a Pena Ouvir Maria Alexandra Corvela e Reinaldo Francisco						Páginas de Português José Mário Costa	O Véu Diáfano Pedro Amaral	15:00
16:00	Vibrato II Pedro Rafael Costa					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	Ecos da Ribalta João Pereira Bastos	Quinta Essência João Almeida	Coreto Jorge Costa Pinto	17:00	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					Caleidoscópio I	Caleidoscópio II	21:00	
22:00								22:00	
23:00	A Ronda da Noite Luís Caetano				Um Certo Olhar Luís Caetano	Argonauta Jorge Carnaxide	Argonauta Jorge Carnaxide	23:00	
	- Programas de autor								
	- Repetições								

Fonte: RTP

Fig.22 - Duração de géneros por período horário na Antena 2 (2018)

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	29:00:00	2,1%			69:02:26	4,0%						
Comentário			29:06:22	4,4%			30:04:05	3,2%			22:59:04	0,8%
Magazine informativo	41:20:00	3,0%										
Boletim meteorológico	04:09:00	0,3%										
Reportagem							01:30:00	0,2%				
Outro (informativo)	12:24:00	0,9%										
Programa de música	468:49:56	33,9%	300:36:44	45,1%	616:51:48	35,9%	200:40:44	21,3%	228:33:38	20,5%	1772:59:40	65,3%
Música de continuidade	526:37:43	38,0%	246:14:45	37,0%	500:28:57	29,1%	184:22:41	19,5%	00:59:00	0,1%	354:34:55	13,1%
Espetáculo			02:50:00	0,4%	32:22:04	1,9%	303:42:45	32,2%	748:38:52	67,0%	01:16:48	0,05
Outro (entretenimento)					04:33:03	0,3%	09:17:07	1,0%			04:33:03	0,2%
Artes e média	245:49:26	17,8%	16:54:27	2,5%	301:07:38	17,5%	67:47:19	7,2%	101:40:00	9,1%	558:16:46	20,6%
Comemorações e efemérides	00:39:30	0,05%	02:42:19	0,4%			02:31:38	0,3%	02:49:00	0,3%		
Ciências e humanidades	14:37:00	1,1%	67:26:38	10,1%	109:40:07	6,4%	83:57:54	8,9%	33:57:44	3,0%	01:34:05	0,1%
Educativo	12:02:18	0,9%			74:31:13	4,3%	12:00:32	1,3%				
Outro (cultural/conhecimento)	28:50:00	2,1%	00:25:13	0,1%	06:06:30	0,4%	06:35:58	0,7%				
Institucional					05:20:46	0,3%	07:40:25	0,8%	0:06:32	0,01%		
Total	1384:18:53	100,0%	666:16:28	100,0%	1720:04:32	100,0%	944:19:38	100,0%	1116:38:14	100,0%	2716:14:21	100,0%

N= 1384h18m53s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 666h16m28s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1720h04m32s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 944h19m38s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 1139h37m18s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2693h15m17s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada)

Fig.23 - Duração das funções por género na programação da Antena 2 (2018)

Género	Informar		Formar		Entreter		Promover/divulgar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	%	%
Noticiário	132:30:56	4,4%						
Reportagem	01:30:00	0,05%						
Comentário	82:09:31	2,7%						
Magazine informativo	41:20:00	1,4%						
Boletim meteorológico	04:09:00	0,1%						
Outro (informativo)	12:24:00	0,4%						
Música de continuidade					18:13:18:01	34,7%		
Programa de música	1301:38:04	43,1%	01:05:58	0,4%	2285:48:28	43,8%		
Espetáculo					1088:50:29	20,9%		
Outro (entretenimento)					18:23:13	0,4%		
Artes e média	1133:39:52	37,5%	157:55:44	53,3%				
Ciências e humanidades	272:00:15	9,0%	38:53:13	13,1%				
Educativo			98:34:03	33,2%				
Outro (cultural/conhecimento)	29:40:33	1,0%			12:17:08	0,2%		
Institucional	02:29:39	0,1%					10:31:32	100%
Comemorações e efemérides	05:53:27	0,2%			02:49:00	0,1%		
Total	3019:25:17	100%	296:28:58	100%	5221:26:19	100%	10:31:32	100%

N= 8547h52m06s (n.º total de horas de emissão na Antena 2)

Fig.24 - Grelha de programação da Antena 3 (novembro 2018)



	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	
00:00	Sessão da Meia-Noite Filipe Melo	O Disco Disse Mário Lopes Quim Albergaria	Rimas e Batidas Rui Miguel Abreu	Bons Rapazes (REP) Miguel Quintão Álvaro Costa	Caixa de Ritmos Nuno Reis	Muitos Mundos Isilda Sanches	Física e Química Rui Estêvão	00:00
01:00								
02:00	O Disco Disse (REP) Mário Lopes Quim Albergaria	Alta Tensão António Fretas				Rimas e Batidas (REP) Rui Miguel Abreu	3D Gualter Santos	02:00
03:00		Portugália (REP) Henrique Amaro					Música com Pés e Cabeça (REP) Rui Vargas	03:00
04:00	A3-30 (REP) Fernando Alvim	A3 - 04h/06h André Santos				Domingo no Mundo (REP) Luís Oliveira	Muitos Mundos (REP) Isilda Sanches	04:00
05:00		05:00						
06:00	Prova Oral (REP) Fernando Alvim					Caixa de Ritmos (REP) Nuno Reis		06:00
07:00	Manhãs da 3 Luís Oliveira / Ana Markl / Inês Lopes Gonçalves					Playlist Ricardo Sérgio	Playlist Ricardo Sérgio	07:00
08:00								08:00
09:00								09:00
10:00	A3 - 10h/13h Isilda Sanches					Obrigado, Internet Alvim/Paulos/Dias	A3-30 (REP) Fernando Alvim	10:00
11:00						Razão de Ser António J. / Mariana O. / Bruno M.		11:00
12:00						Coyote Pedro Costa		Coyote Pedro Costa
13:00	A3 - 13h/1h Rui Estêvão					Domínio Público Daniel Belo Mariana Oliveira Vanessa Augusto	Domingo no Mundo Luís Oliveira	13:00
14:00	A3 - 16h / 19h Tiago Ribeiro					Playlist André Santos	Playlist André Santos	14:00
15:00								15:00
16:00						16:00		
17:00	Prova Oral Fernando Alvim					A3-30 Fernando Alvim	Playlist Tiago Ribeiro	17:00
18:00								18:00
19:00	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.25 - Duração de géneros por período horário na Antena 3 (2018)

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	13:06:00	2,9%	12:18:00	1,7%	12:21:00	0,7%	12:54:00	3,4%	-	-	-	-
Debate/entrevista	-	-	02:14:51	7,1%	-	-	-	-	-	-	-	-
Comentário	06:46:00	0,5%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Boletim meteorológico	07:36:00	0,6%	-	-	00:03:00	0,003%	00:03:00	0,005%	-	-	-	-
Informação de trânsito	14:51:00	3,0%	-	-	00:01:30	0,001%	01:34:34	2,4%	03:20:00	0,3%	00:01:00	0,001%
Programa de música	21:07:54	7,2%	06:40:58	18,0%	05:38:52	11,7%	01:25:23	22,2%	07:21:17	49,8%	20:45:56	74,3%
Música de continuidade	07:41:21	56,1%	04:33:59	61,9%	21:52:12	76,7%	13:27:29	45,3%	17:15:23	36,3%	00:08:44	17,9%
Espetáculo	-	-	00:00:19	0,001%	03:11:02	0,2%	05:20:49	0,5%	02:33:57	4,3%	16:48:22	0,7%
Concurso/jogo	00:00:40	0,001%	00:00:20	0,001%	-	-	-	-	-	-	-	-
Jogo interativo	01:18:00	0,1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Humor	109:27:11	8,4%	50:09:53	7,1%	30:24:24	1,8%	13:39:38	1,3%	09:19:34	0,8%	-	-
Infotainment	-	-	-	-	01:42:00	0,1%	-	-	-	-	17:25:42	0,7%
Talk show	237:36:37	18,3%	-	-	-	-	232:31:57	21,3%	92:15:08	7,9%	147:22:46	6,1%
Outro (entretenimento)	33:10:24	2,6%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Artes e media	-	-	20:40:00	2,9%	06:57:20	7,5%	20:46:22	1,9%	-	-	-	-
Ciências e humanidades	03:54:18	0,3%	00:21:32	0,05%	13:38:35	0,8%	02:54:03	0,3%	07:07:34	0,6%	-	-
Comemorações e efemérides	01:45:03	0,1%	08:38:45	1,2%	04:39:46	0,3%	17:00:00	1,6%	-	-	07:00:00	0,3%
Educativo	-	-	-	-	02:41:58	0,2%	-	-	-	-	-	-
Total	1298:20:28	100,0%	705:38:37	100,0%	1687:11:39	100,0%	1089:37:15	100,0%	1171:12:53	100,0%	2417:32:30	100,0%

N= 1298h20m28s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 705h38m37s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1687h11m39s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 1089h37m15s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 1171h12m53s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2417h32m30s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada).

Fig.26 - Duração dos géneros por função na programação da Antena 3 (2018)

Género	Informar		Formar		Entreter	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Noticiário	-	-	-	-	98:39:00	17,4%
Debate/entrevista	-	-	-	-	50:14:51	8,8%
Comentário	-	-	-	-	6:46:00	1,2%
Boletim meteorológico	-	-	-	-	7:42:00	1,4%
Informação de trânsito	-	-	-	-	67:48:04	11,9%
Programa de música	2937:27:27	37,7%	-	-	101:32:53	17,9%
Música de continuidade	3808:59:08	48,8%	-	-	-	-
Espetáculo	75:54:29	1,0%	-	-	-	-
Concurso/jogo	0:01:00	0,0%	-	-	-	-
Jogo interativo	1:18:00	0,0%	-	-	-	-
Humor	213:00:40	2,7%	-	-	-	-
Infotainment	19:07:42	0,2%	-	-	-	-
Talk show	709:46:28	9,1%	-	-	-	-
Outro (entretenimento)	33:10:24	0,4%	-	-	-	-
Artes e media	-	-	-	-	168:23:42	29,6%
Ciências e humanidades	-	-	-	-	27:56:02	4,9%
Comemorações e efemérides	-	-	-	-	-	-
Educativo	-	-	2:41:58	100,0%	-	-
Total	7798:45:18	100%	02:41:58	100%	568:06:06	100%

N= 8369:33:22 (n.º total de horas de emissão na Antena 3).

TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DE RADIODIFUSÃO SONORA

1. VISÃO GLOBAL

Em 2018, a Entidade Reguladora, no âmbito das suas atribuições e no exercício das suas competências, revogou a licença radiofónica de um operador radiofónico.

Autorizou dois pedidos de alteração de projeto, um com alteração da tipologia, e três pedidos de alteração de denominação.

Relativamente à alteração de domínio dos operadores, foram autorizados quatro pedidos de alteração do controlo do capital social e foi aprovada a cessão de um serviço de programas e respetiva licença do operador radiofónico.

Foram ainda emitidos 12 pareceres prévios quanto à utilização de dados no sistema RDS, dos quais foi dado conhecimento à ANACOM, que detém a competência de concessão destas autorizações.

A ERC aprovou ainda 17 pedidos de registo para rádios a transmitir exclusivamente através da internet.

2. NOTAS INTRODUTÓRIAS

A ERC, no exercício das suas competências, assegura o cumprimento das normas reguladoras da atividade da comunicação social, incumbindo-lhe, no domínio da atividade de radiodifusão sonora, entre outros, os deveres de decidir, fundamentalmente, sobre os pedidos de alteração dos projetos aprovados, os pedidos de renovação dos títulos habilitadores do exercício da atividade radiofónica, de pronunciar-se sobre as aquisições de propriedade ou práticas de concertação das entidades, e de fiscalizar o cumprimento das leis, regulamentos e requisitos técnicos aplicáveis.

A Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro (Lei da Rádio), define um quadro normativo que impõe a pronúncia da ERC relativamente a matérias que incidem sobre os objetivos que esta prossegue no exercício das suas 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.

3. ATRIBUIÇÃO E RENOVAÇÃO DE LICENÇAS DE RADIODIFUSÃO SONORA

De entre as funções cometidas à ERC, tem particular relevo o poder de decisão sobre a atribuição e revogação dos títulos habilitadores do exercício da atividade.

O acesso à atividade de radiodifusão está sujeito a licenciamento, mediante concurso público aberto por despacho conjunto dos membros do Governo responsáveis pelas áreas da comunicação social e das comunicações. Tais licenças são atribuídas por um prazo de quinze anos, renováveis por igual período, mediante requerimento, o qual deverá ser apresentado no prazo de seis meses antes do termo da validade do título.

Determina o n.º 3 do artigo 86.º, da Lei da Rádio, que os títulos habilitadores atribuídos ou renovados depois de 1 de janeiro de 2008 são atualizados pela ERC, oficiosamente, contemplando já o referido prazo, contando para os demais títulos, até à sua renovação, ou prazo em vigor à data da respetiva atribuição.

Também determina o art.º 73.º do mesmo diploma a revogação das licenças ou autorizações concedidas, sendo que a ERC decidiu, em 2018, a revogação de uma licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora.

Fig. 1 – Revogação da licença do operador

DELIBERAÇÃO	OPERADOR/SERV.PROGRAMAS
Deliberação ERC/2018/146 (AUT-R), de 26 de julho	ALCOOJOR - Cooperativa Jornalística e Radiofónica de Alcochete, CRL. / Super FM

4. MODIFICAÇÃO DO PROJETO

A ERC é competente, nos termos do art.º 26.º da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, alterada pelas Leis n.º 38/2014, de 9 de julho de 2014, e n.º 78/2015, de 29 de julho (doravante, Lei da Rádio) e alínea e) e a) do n.º 3 do art.º 24.º dos Estatutos da ERC (EstERC), publicados em anexo à Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, para apreciar pedidos de alteração de projeto, quer os que compreendam uma alteração ao conteúdo da programação que corresponda a uma reclassificação ao nível da tipologia do próprio serviço, ao abrigo do n.º 4 do art.º 8.º da Lei da Rádio, quer os pedidos que, pese embora não impliquem uma alteração de tipologia, de alguma forma vão mais além de uma mera alteração feita ao abrigo da liberdade de programação, tendo em conta que os operadores estão legalmente compelidos à observância dos projetos tal como foram licenciados ou autorizados.

No ano em análise, a ERC analisou e aprovou dois pedidos de modificação do projeto, de acordo com o quadro da Figura 2.

Fig. 2 – Modificação do projeto dos serviços de programas

DELIBERAÇÃO	OPERADOR	SERVIÇO DE PROGRAMAS	CONCELHO	TIPOLOGIA
Deliberação ERC/2018/127 (AUT-R), de 14 de junho	R.V.E – Sociedade Radiofónica, Lda.	Rádio Voz do Entroncamento/ Rádio Juventude Salesiana.	Entroncamento Aijó	Generalistas
Deliberação ERC/2018/152 (AUT-R), de 11 de julho	Baobad – Comunicações e Publicações, SA.	MFM passa a Rádio Estádio 96.2	Barreiro	Alteração da classificação para temático de informação desportiva

Foram autorizadas três alterações de denominação, sendo uma cumulativa com a modificação do projeto, nos termos das deliberações referenciadas na Figura 3

Fig. 3 – Alteração de denominação dos serviços de programas

OPERADOR	SERVIÇO DE PROGRAMAS		CLASSIFICAÇÃO	DELIBERAÇÃO/ INFORMAÇÃO
	ANTERIOR	ATUALMENTE		
Baobad - Comunicações e Publicações, S.A.	MFM	Rádio Estádio 96.2	Temático desportivo informativo	ERC/2018/152 (AUT-R), de 11 de julho
Rede A – Emissora Regional do Sul, Lda.	Rádio Meo Music	Rádio Meo SW	Temático musical	EDOC/2018/1920, 10 de abril
Rádio Clube de Gondomar Serviço de Radiodifusão Local, Unipessoal, Lda.	Rádio Meo Music	Rádio Meo SW	Temático musical	EDOC/2018/1920, 10 de abril

5. ALTERAÇÃO DE CONTROLO DO CAPITAL SOCIAL

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social é competente para 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 n.º 54/2010, de 24 de dezembro, e da alínea p) do n.º 3 do artigo 24.º, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

Nos termos dos n.ºs 6 e 7 do artigo 4.º da Lei da Rádio, a alteração de domínio dos operadores que prosseguem a atividade de rádio mediante licença só pode ocorrer três anos após a atribuição original da licença, dois anos após a 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 e 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) da alínea b) do artigo 2.º do referido diploma, 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 que diz respeito à alteração de controlo do capital social, foram autorizados quatro pedidos.

Fig. 4 – Alteração de domínio dos operadores

DELIBERAÇÃO	OPERADOR/SERV. DE PROGRAMAS
Deliberação ERC/2018/85 (AUT-R), de 21 de março	Provótexto – Unipessoal, Lda./Chaves FM
Deliberação ERC/2018/137 (AUT-R), de 6 de junho	Narrativas e Melodias, Lda./Mais Oeste Rádio
Deliberação ERC/2018/202 (AUT-R), de 30 de setembro	Sintonizenos – Comunicação Social, Lda./Rádio 5 FM
Deliberação ERC/2018/243 (AUT-R), de 11 de novembro	Oficina de Vídeo, Lda./Rádio Montemuro

6. CESSÃO DE SERVIÇOS DE PROGRAMAS E RESPETIVAS LICENÇAS

De acordo com o n.º 9 do art.º 4 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 os de natureza laboral, exclusivamente afetos aos serviços de programas em causa».

O n.º 10, *in fine*, do art.º 4.º da Lei da Rádio estabelece que a cessão de serviços de programas de âmbito local e respetiva licença carece de aprovação prévia da ERC, sendo que esta só pode ocorrer se se encontrarem preenchidos os requisitos temporais impostos pelo art.º 4.º, n.º 6, *ex vi*, n.º 9 do referido diploma.

A ERC submete os referidos processos à ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações para decisão, quanto à transmissão dos respetivos direitos de utilização de frequência, nos termos dos n.ºs 7 e 8, do art.º 22.º da Lei da Rádio.

A presente alteração está ainda sujeita ao regime estabelecido no art.º 4.º, n.ºs 3, 4, 5, 6, e segunda parte do n.º 7 e do n.º 8 do art.º 22.º da Lei da Rádio.

A ERC é competente para apreciação do pedido ao abrigo da alínea c) do n.º 3 do art.º 24.º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 55/2005, de 8 de novembro, e do n.º 10, in fine, do art.º 4.º da Lei da Rádio.

Em 2018, a ERC autorizou duas cessões de serviços de programas e respetivas licenças dos operadores radiofónicos, identificados na Figura.5.

Fig. 5 – Cessão de serviços de programas

DELIBERAÇÃO	ANTERIOR TITULAR	ATUAL TITULAR	CONCELHO/SERV. DE PROGRAMAS
Deliberação ERC/2018/94 (AUT-R), de 8 de maio	Edições Linear - Cooperativa Editorial, CRL.	M90 – Radiodifusão, Lda.	Vila do Conde/ Rádio Linear
Deliberação ERC/2018/127 (AUT-R), de 14 de junho	Radio Salesiana, CRL.	R.V.E - Sociedade Radiofónica, Lda.	Alijó/Rádio Juventude Salesiana

7. SISTEMA DE TRANSMISSÃO DE DADOS EM RADIODIFUSÃO (RDS) PELOS OPERADORES DE RÁDIO

No exercício das competências previstas na alínea c) do n.º 2 e na alínea a) do n.º 3 do art.º 24.º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, conjugados com o n.º 5 do art.º 3.º e com o n.º 6 do art.º 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 da ERC deliberou sobre a transmissão das mensagens através da utilização de radiotexto e atribuição do nome do canal de programa requerido pelos operadores radiofónicos.

Em 2018, a ERC emitiu 12 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.

Fig. 6 – Parecer vinculativo para operação no sistema RDS

AUTORIZAÇÃO REQUERIDA - PS	OPERADOR DE RÁDIO	SERVIÇO DE PROGRAMAS	DELIBERAÇÃO/(PARECER-R)
Alteração de PS - KFM	PFM - Radiodifusão, Lda.	Kapa FM	ERC/2018/9, de 7 de fevereiro
Pedido de PS e RT- PROVNCIA	Rádio Província, Lda.	Rádio Província	ERC/2018/3, de 18 de janeiro
Pedido de RT	Rádio Comercial da Linha - Sociedade de Radiodifusão de Oeiras, Lda.	Oxigénio	ERC/2018/4, de 4 d e janeiro
Pedido de RT	Super Onda, Unipessoal, Lda.	R80- Super Onda	ERC/2018/24, de 28 de fevereiro
Pedido de RT	Atlantirádio – Sociedade de Radiodifusão, Lda.	Rádio Atlântida	ERC/2018/20, de 28 de fevereiro
Pedido de RT	Nova Rádio Voz de Santo Tirso, Lda.	Rádio Voz de Santo Tirso	ERC/2018/103, de 16 de maio
Alteração de PS e RT - MEO SW	Rede A – Emissora Regional do Sul, Lda.	Rádio MEO SW	ERC/2018/89, de 8 de maio
Alteração de PS e RT - MEO SW	Rádio Clube de Gondomar – Serviço de Radiodifusão Local, Unipessoal, Lda.	Rádio MEO SW	ERC/2018/90, de 8 de maio
Pedido de RT	Presépio de Portugal – Comunicação Social, Unipessoal, Lda.	Rádio Voz de Alenquer	ERC/2018/100, de 21 de maio
Pedido de RT	Pajovir – Espetáculos, Marketing e Publicidade, Lda.	Rádio Total FM	ERC/2018/163, de 25 de julho
Pedido de RT	Pajovir – Espetáculos, Marketing e Publicidade, Lda.	Rádio Sagres FM	ERC/2018/224, de 19 de outubro
Alteração de PS – CIDADEFM	Côco – Companhia de Comunicação, Lda.	Rádio Cidade FM Lisboa	ERC/2018/170, de 9 de agosto

8. 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 se encontra no sítio da ERC, ao qual junta um requerimento dirigido ao Presidente da Entidade, o estatuto editorial que defina claramente a orientação e os objetivos dos serviços de programas, assim 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).

No decurso de 2018, a ERC aprovou 17 pedidos de registo para rádios a transmitir exclusivamente através da internet.

Fig. 7 – Exercício da atividade de rádio exclusivamente pela internet (ordem cronológica)

SERVIÇOS DE PROGRAMAS
Rádio HipHop24
Rádio Lousada
Rádio Barreirinha
Nasci para Cantar
XRádio
Rádio Afurada
Rádio Sons do Sul
Rádio Baixa
RTN A Rádio de Todos os Tempos
Rádio AEFN - Agrupamento de Escolas Fernando Namora
RIO (Rádio Internacional de Odemira)
Radioativa
Rádio Zip Online
Rádio Cordial
Webrádio Douro Nacional - Lamego
NitFM
Rádio Antena Tejo

FISCALIZAÇÃO DAS RÁDIOS LOCAIS 2018

1. VISÃO GLOBAL

No exercício das funções atribuídas à ERC, foram desenvolvidas ações de fiscalização junto dos serviços de programas dos operadores do setor 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, Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, tendo por base a verificação do cumprimento das obrigações legais aplicáveis na Lei da Rádio, Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro.

Em 2018, foram efetuadas 27 ações de fiscalização aos serviços de programas dos operadores de radiodifusão local para verificação das obrigações legais, de acordo com o plano aprovado pelo Conselho Regulador, tendo-se constatado que, na generalidade, as rádios fiscalizadas estão a cumprir os requisitos exigidos pela Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro.

Estas ações envolveram 20 serviços de programas localizados em 14 distritos de Portugal, e sete serviços de programas localizados na Região Autónoma de Madeira.

2. METODOLOGIA

Estas ações foram desencadeadas segundo três critérios:

- A partir de participação formulada contra os operadores ou contra os serviços de programas;
- Requeridas pelos Técnicos da ERC, no âmbito de processos em curso;
- Verificação no local para avaliação do projeto de radiodifusão sonora autorizado.

3. AÇÕES DE FISCALIZAÇÃO

Em 2018, foram realizadas 27 ações de fiscalização externa, duas ações tiveram origem na sequência de participações formuladas contra o operador, 7 ações resultaram de solicitações feitas pelos técnicos da ERC e as restantes 18 resultaram de amostra aleatória de verificação no local do projeto de radiodifusão sonora, devidamente autorizado por esta Entidade.

As referidas ações de fiscalização foram inseridas no plano de 2018, aprovadas pelo Conselho Regulador, como consta das Figuras 1, 2 e 3.

Fig.1 - Ações de fiscalização a partir de participação formulada contra operadores ou serviços programas

Operador	Serviço de programas	Concelho- Distrito
Rádio Clube da Covilhã	RCB - Rádio Clube da Covilhã	Covilhã – Castelo Branco
RVE – Sociedade Radiofónica, Lda.	Rádio Voz do Entroncamento	Entroncamento -Santarém

Fig.2 - Requeridas pelos Técnicos da ERC, no âmbito de processos em curso

Operador	Serviço de programas	Concelho- Distrito
Rádio Girão - Empresa de Radiodifusão e Publicidade, Lda.	Calheta FM	Calheta - Região Autónoma Madeira
Radiurbe – Prod. e Com. de Publicidade de Rádio, Unipessoal, Lda.	Santana FM	Santana - Região Autónoma Madeira
Ramos, Marques e Vasconcelos, Lda.	Rádio Palmeira	Santa Cruz - Região Autónoma Madeira
Ramos, Marques e Vasconcelos, Lda.	Rádio Zarco	Machico - Região Autónoma Madeira
Ramos, Marques e Vasconcelos, Lda.	Rádio Festival Madeira	Ribeira Brava - Região Autónoma Madeira
Ramos, Marques e Vasconcelos, Lda.	Rádio Sol	Ponta do Sol - Região Autónoma Madeira
SPN - Sociedade Produtora de Notícias, Lda.	Rádio Popular da Madeira	Camara Lobos – Região Autónoma Madeira

Fig.3- Ações de fiscalização para avaliação dos projetos de radiodifusão sonora autorizados

Operador	Serviço de programas	Concelho/ Distrito
Janela Indiscreta – Sociedade de Comunicação, Lda.	RNA – Montemor	Montemor-o-Novo – Évora
Mediaborba -Sociedade de Comunicação Social Unipessoal, Lda.	Rádio Borba	Borba – Évora
Nova Rádio Voz de Santo Tirso, Unipessoal	Rádio Voz de Santo Tirso	Santo Tirso – Porto
Publicetos - Publicidade de Barcelos, Lda.	Rádio Local de Barcelos	Barcelos – Braga
RADIBELI- Produções Radiofónicas, Lda.	Rádio Beira Litoral	Montemor-o-Velho – Coimbra
Rádio Antena Livre de Gouveia – Cooperativa de Radio Difusão, CRL	Rádio Antena Livre de Gouveia	Gouveia – Guarda
Rádio Ansiães, CRL	Rádio Ansiães	Ansiães - Leiria
Rádio Campanário - Voz de Vila Viçosa CRL	Rádio Campanário	Vila Viçosa – Évora
Rádio Corval, CRL	Rádio Corval	Mourão – Évora
Rádio Portalegre – Cooperativa e Rádio Recreativa e Animação CRL	Rádio Portalegre	Portalegre – Portalegre
Rádio Província, Lda.	Rádio Província	Anadia - Coimbra
Rádio Regional Caminhense, Lda.	Rádio Regional de Caminha	Caminha – Viana do Castelo
Rádio Riba Távora, Moimenta da Beira, Cooperativa de Produções Radiofónicas, CRL	Rádio Riba Távora	Moimenta da Beira – Viseu
Rádio Singa, CRL	Rádio Singa	Ferreira do Alentejo – Beja
Rádio Vida Nova CRL	Rádio Vida Nova	Ansião - Leiria
RPCS – Soure FM Radiodifusão e publicidade, Unipessoal, Lda.	Rádio Popular de Soure	Soure - Coimbra
SIT – Sociedade de Informação, Trás-os-Montes, Lda.	Rádio Terra Quente	Mirandela – Bragança
SRA.- Sociedade de Radiodifusão de Albufeira, Lda.	Rádio Solar	Albufeira – Faro

As ações de fiscalização recaíram sobre 20 serviços de programas de 14 distritos de Portugal Continental, a saber: Beja, Braga, Bragança, Castelo Branco, Coimbra, Évora, Faro, Guarda, Leiria, Portalegre, Porto, Santarém, Viana do Castelo e Viseu, conforme mapa da Figura 4.

No Arquipélago da Madeira, foram fiscalizados sete) serviços de programas localizados nos concelhos de Câmara de Lobos, Calheta, Machico, Ponta do Sol, Ribeira Brava e Santana e Santa Cruz, conforme mapa da Figura 5.

Fig. 4- Ações de fiscalização realizadas por distritos em Portugal Continental

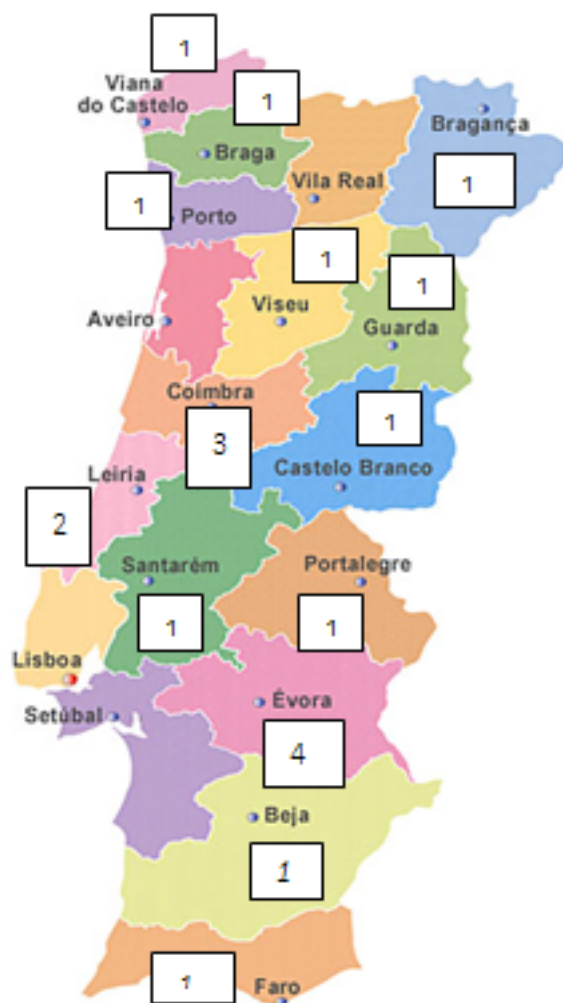


Fig. 5- Ações de fiscalização realizadas na Região Autónoma da Madeira

4. NOTAS FINAIS

Em 2018, foram realizadas 27 ações de fiscalização aos operadores de radiodifusão local, tendo sido auditadas as emissões dos respetivos serviços de programas, bem como todos os elementos apurados junto dos operadores, tendo por base os requisitos exigidos pela Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, Lei da Rádio.

Das ações realizadas, podemos aferir o seguinte:

- 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);
- Disponibilização ao público, em suporte adequado, do Estatuto Editorial, no sítio eletrónico do serviço de programas (art.º 34.º, da LR);
- Emissão de forma regular e diária nos serviços de programas de, pelo menos, três serviços noticiosos, entre as 7 e as 24 horas (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);
- O nome da estação e da respetiva frequência são difundidos hora a hora (art.º 37.º n.º 2, da LR);
- As gravações das emissões dos serviços de programas estão conservadas pelo período mínimo de 30 dias (art.º 39.º, da Lei da Rádio);
- Inserção de separador de publicidade (art.º 40.º, da LR).

Das ações resultou que em alguns serviços de programas não eram emitidos os blocos noticiosos ao fim de semana e noutros serviços os nomes dos responsáveis pela informação e programação não se encontravam devidamente atualizados na Ficha de Registo de Operador nesta Entidade. Verificou-se, ainda, que alguns serviços de programas não estavam ativos no *site* da ERC para rádios de emissão de música Portuguesa, pelo que os operadores foram alertados para a regularização de tais situações.

QUOTAS DA MÚSICA PORTUGUESA

1. VISÃO GLOBAL

Em 2018, encontravam-se ativos no Portal das Rádios 217 serviços de programas, dos 329 serviços de rádio licenciados, apesar das várias ações de sensibilização que a ERC tem vindo a desenvolver junto dos regulados do setor para publicação da informação relativa às difusões musicais no referido portal.

Nos termos do artigo 2.º do Regulamento n.º 495/2008 da ERC, aprovado em 28 de agosto, 32 serviços de programas, classificados como temáticos musicais de acordo com o projeto licenciado, estão isentos do cumprimento das quotas previstas na lei.

A inscrição no Portal das Rádios, disponibilizado pela ERC desde 2007, continua a ser voluntária, não havendo base legal para que se torne uma obrigação para todos os operadores/serviços de programas. Assim, no período em análise, foi apurada a média mensal de 131 serviços de programas que prestaram informação por via do portal sobre as suas difusões musicais.

Além dos serviços locais ativos no portal, monitorizaram-se mensalmente as quotas do serviço de âmbito regional de cobertura sul (M80) e dos cinco serviços de âmbito nacional (Antena 1, Antena 3, Rádio Comercial, Rádio Renascença e RFM).

Diminuíram as situações de desvio do cumprimento da quota mínima de 25 %, atenta a análise do período diário de maior audiência, definido entre as 7 e as 20 horas

Dos serviços ativos analisados e no que respeita aos de âmbito local, de acordo com os dados rececionados, mais de 90 % cumpre a quota legal de 25 % de difusão de títulos portugueses.

Da subquota de 60 % dedicada a temas em língua portuguesa compostos ou interpretados por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, uma percentagem superior a 90 % das rádios locais cumpre este requisito.

O serviço de programas de âmbito regional M80 cumpriu e apresentou percentagens superiores à quota de 25 % de música portuguesa, nas 24 horas de emissão e no período das 7 às 20 horas.

Da subquota de 60 % também o operador regional sul cumpriu e superou a percentagem mínima determinada, registando valores na ordem dos 80%, nos dois períodos horários estabelecidos na lei.

Os serviços de programas nacionais privados, RFM e Rádio Comercial, corrigidas algumas flutuações, cumprem ou ultrapassam a quota de 25 % de música portuguesa, tanto nas 24 horas de emissão como no período das 7h às 20h, não obstante os valores da RR em alguns meses do ano não corresponderem à música efetivamente difundida, atendendo aos constrangimentos técnicos verificados.

Da subquota de 60 %, os três serviços de âmbito nacional ultrapassaram nas suas emissões a quota estipulada, nos dois períodos da emissão referenciados na lei, tendo sido a RR a apresentar a maior percentagem de música em língua portuguesa. Em dois meses do ano, a RFM registou uma ligeira flutuação abaixo da quota mínima expectável.

Da quota de 35 % de música recente, quanto aos serviços de programas nacionais, a RFM e a Rádio Comercial apresentaram percentagens bastante superiores ao mínimo definido. No entanto, a RR ficou aquém da quota

estabelecida, atentas as condicionantes da sua programação musical e público-alvo específicos, bem como da elevada percentagem de música portuguesa que difunde e que condiciona o cálculo desta subquota.

Encontram-se isentos do cumprimento das quotas de música 32 serviços de programas temáticos musicais, ao abrigo do regime de exceção previsto no artigo 45.º da Lei da Rádio e tendo por base o Regulamento da ERC (n.º 495/98), cuja programação assenta nos géneros *dance music*, *hip-hop* e *jazz*.

2. NOTAS INTRODUTÓRIAS

No presente capítulo, reporta-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 2018.

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 das editoras e entidades representativas do setor, que tem contado com a colaboração regular da SPA - Sociedade Portuguesa de Autores, da AFP - Associação Fonográfica Portuguesa e da Warner Music, a lista das produções musicais recentes, com identificação do ano de edição e de disponibilização pública da obra.

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 a numerosidade de rádios licenciadas, superior a trezentas, os valores de quota recente são meramente indicativos, não estando sujeitos a avaliação.

O presente capítulo remete ainda para a avaliação comparativa do quinquénio 2014-2018 no que respeita a apuramentos médios anuais.

3. 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.

Estes dados chegam ao Regulador por via do Portal das Rádios, sistema automático de apuramento implementado pela ERC.

Foi validada em 2018, a média observada de 131 rádios quanto a serviços de programas locais que atualmente se encontram ativos na referida plataforma de envio de dados à ERC, o Portal das Rádios. Para além de serviços de

programas locais, no referido portal, encontram-se igualmente ativos um serviço de âmbito regional de cobertura sul (M80) e cinco serviços de âmbito nacional (Antena 1, Antena 3, do operador de serviço público, e Rádio Comercial, Rádio Renascença e RFM, pertencentes a operadores privados).

Os elementos introduzidos pelos operadores/serviços de programas no Portal das Rádios e rececionados pela ERC por esta via automática, têm em conta cinco vertentes previstas na lei:

- A. Quota de música portuguesa igual ou superior a 25 %, nas 24 horas de emissão;
- B. Quota de música portuguesa igual ou superior a 25 %, no período diário compreendido entre as 7h e as 20h;
- C. Quota de 60 % 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 (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em B) supra);
- D. Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, nas 24 horas de emissão (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em A) supra);
- E. Quota de música portuguesa recente igual ou superior a 35 % de temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses.

4. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS LOCAIS

4.1. APURAMENTO AUTOMÁTICO

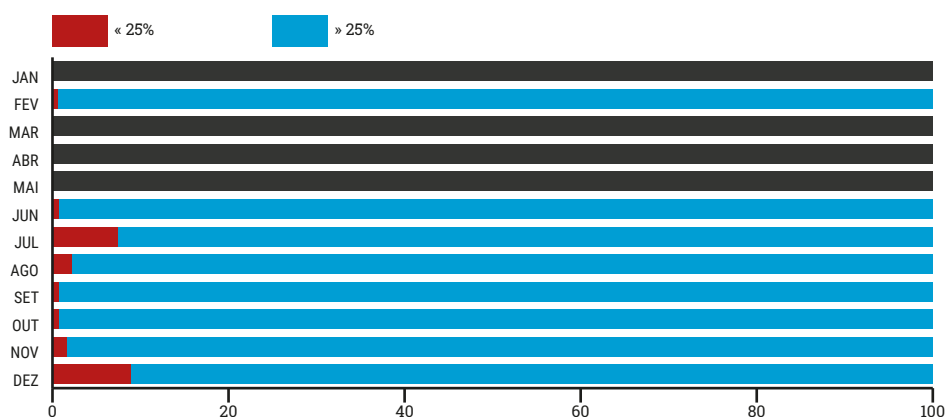
Conforme disposto na alínea d) do n.º 1 do artigo 7.º da Lei da Rádio, entende-se por serviço de programas com cobertura de âmbito local o serviço de programas cujo nível de cobertura de sinal abrange um município e eventuais áreas limítrofes.

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 os operadores locais que incluem a amostra, i.e. aqueles que se encontram inscritos no portal de apuramento automático de quotas de música e que enviaram dados durante 2018, para apurar a percentagem de cumprimento da quota de 25 % de música portuguesa nas 24 horas de emissão.

No que atende à primeira vertente da análise, os resultados obtidos constam nas Figuras 1 e 2.

Fig. 1 - Média semestral - quota de 25 % no período de 24 horas de emissão

Quota	média 1.º semestre %	média 2.º semestre %
» 25%	99,8	96,3
« 25%	0,2	3,7

Fig. 2 - Cumprimento mensal da quota de 25 % nas 24 horas de emissão

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
» 25%	100,0	99,3	100,0	100,0	100,0	99,2	92,5	97,7	99,2	99,2	98,3	91,1
« 25%	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,8	7,5	2,3	0,8	0,8	1,7	8,9

Os dados apurados permitem concluir que, em 2018, mais de 90 % dos operadores que submeteram os dados pelo Portal das Rádios cumpriram a quota mínima mensal de 25 %, nas 24 horas de emissão, verificando-se, no primeiro semestre, o cumprimento por parte de 99,8 % dos operadores e no segundo semestre por parte de 96,3 %.

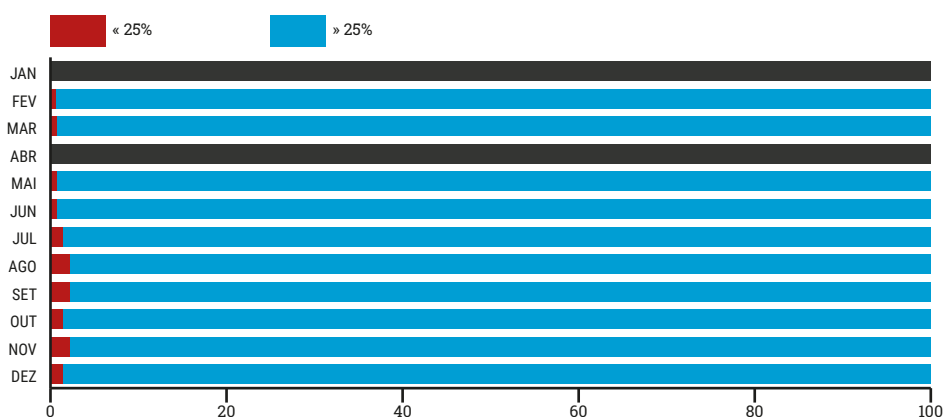
Não se verificaram infrações nos meses de janeiro, março, abril e maio, pelo que, se apurou a percentagem mais elevada de cumprimento, com 100 % dos operadores da amostra a cumprirem a quota estabelecida.

Quanto à segunda vertente de análise, apresentam-se os apuramentos referentes ao número de serviços de programas de rádio, com uma quota superior ou inferior a 25 % de música portuguesa no período de emissão compreendido ente as 7 e as 20h, de acordo com o previsto no 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 1.º semestre %	média 2.º semestre %
» 25%	99,5	98,0
« 25%	0,5	2,0

Fig. 4 - Cumprimento mensal da quota de 25 % entre as 7 e as 20 horas

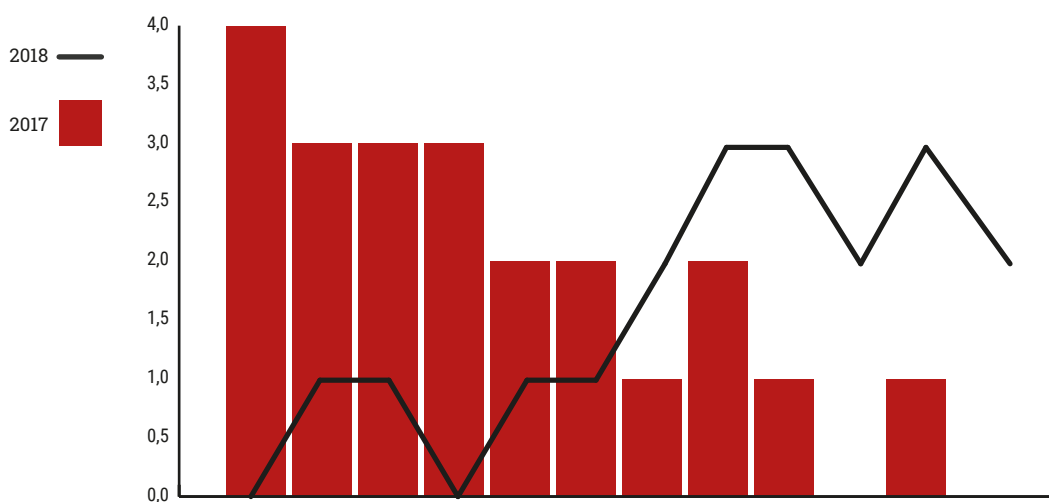


	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
» 25%	100,0	99,3	99,2	100,0	99,2	99,2	98,5	97,7	97,7	98,5	97,7	98,5
« 25%	0,0	0,7	0,8	0,0	0,8	0,8	1,5	2,3	2,3	1,5	2,3	1,5

No que se refere ao período compreendido entre as 7 e as 20 horas, os serviços de programas da amostra registaram, ao longo 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 entre os operadores de 99,5 % e 98 %.

A totalidade dos operadores da amostra cumpriu a quota estabelecida, nos meses de janeiro e abril, cumprindo na totalidade a quota mínima estabelecida.

Fig. 5 - Incumprimentos registados no período entre as 7h e as 20h - 2017-2018



2017	4	3	3	3	2	2	1	2	1	0	1	0
2018	0	1	1	0	1	1	2	3	3	2	3	2

Diminuíram as situações de desvio do cumprimento da quota mínima de 25 %, atenta a análise do período diário de maior audiência, definido entre as 7 e as 20 horas. Comparando as situações irregulares detetadas em 2017, que somaram 22, diminuíram, em 2018, para 19, o que demonstra o esforço dos operadores para cumprirem as quotas estabelecidas, bem como uma maior dinamização do mercado musical com uma maior oferta de produções nacionais.

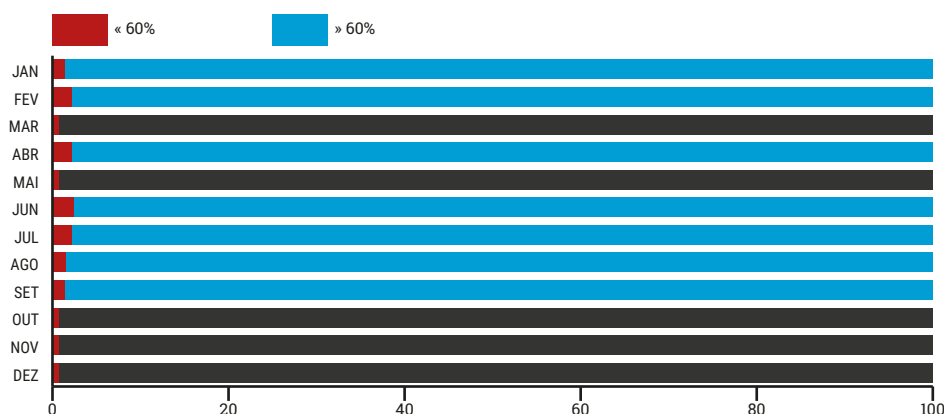
A terceira vertente de análise atende à previsão do artigo 43.º conjugado com o artigo 47.º, n.º 2, da Lei da Rádio, nos termos dos quais se procedeu ao apuramento da percentagem de serviços de programas ativos no sistema, que emitem uma quota superior ou inferior a 60 % de música em língua portuguesa composta ou interpretada por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, no período de emissão compreendido entre as 7 e as 20 horas.

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 na sua programação musical.

Fig. 6 – Média semestral - quota de 60 % entre as 7 e as 20 horas

Quota	média 1.º semestre %	média 2.º semestre %
» 60%	98,3	98,7
« 60%	1,7	1,3

Fig. 7 - Percentagem mensal dos operadores da quota 60 % entre as 7 e as 20 horas



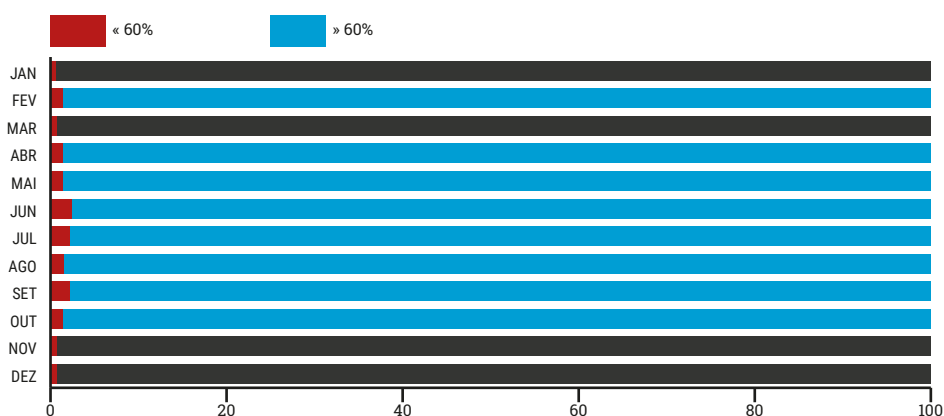
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
» 60%	98,5	97,8	99,2	97,7	99,2	97,5	97,7	98,4	98,5	99,2	99,2	99,2
« 60%	1,5	2,2	0,8	2,3	0,8	2,5	2,3	1,6	1,5	0,8	0,8	0,8

No que respeita ao número de serviços que cumpriram a quota de difusões musicais em língua portuguesa, aqui no período de maior audiência, o mesmo foi elevado em todos os meses do ano, mantendo-se a tendência de cumprimento e superação da quota expetável por 98,3 % e 98,7 % dos operadores, no primeiro e segundo semestres de 2018.

A última vertente de análise reporta-se ao artigo 43.º da Lei da Rádio de difusão de música em língua portuguesa composta ou interpretada por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, mas, por sua vez, abrangendo as 24 horas de emissão, com os apuramentos constantes das Figuras 8 e 9.

Fig. 8 - Média semestral - quota de 60 % no período das 24 horas de emissão

Quota	média 1.º semestre %	média 2.º semestre %
» 60%	98,6	98,5
« 60%	1,4	1,5

Fig. 9 - Percentagem mensal dos operadores da quota de 60 % nas 24 horas de emissão

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
» 60%	99,3	98,5	99,2	98,5	98,5	97,5	97,7	98,4	97,7	98,5	99,2	99,2
« 60%	0,7	1,5	0,8	1,5	1,5	2,5	2,3	1,6	2,3	1,5	0,8	0,8

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 por parte de mais de 98 % dos operadores, nos dois semestres de 2018, de 98,6 % e 98,5 %.

Nos meses de janeiro, março, novembro e dezembro, mais de 99 % dos operadores locais da amostra alcançaram 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 de sensibilizá-los para a necessária regularidade de envio dos dados com a periodicidade mínima mensal.

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, no primeiro semestre do ano, um índice de cumprimento de 53,8 % e, no segundo, 57,3 %, respeitante a quotas iguais ou superiores a 35 % de música recente.

Saliente-se, quanto à música recente, os seguintes condicionalismos: por um lado, a produção nacional recente, embora tenha tido um acréscimo significativo nos três últimos anos, não é abrangente, nem sempre 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.

5. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS REGIONAIS

5.1 OPERADOR REGIONAL SUL – M80 RÁDIO

O operador regional com cobertura sobre a região norte do país, de teor temático informativo – TSF, atendendo à especificidade da sua programação, nunca se associou ao portal de música portuguesa.

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 inscrita no portal de rádio, 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.10 - Quota de 25 % de difusão de música portuguesa

M80 RÁDIO	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
24 horas	28,0	28,6	28,4	28,6	27,7	28,6	28,8	28,1	29,5	27,8	27,5	29,7
Das 7h às 20h	29,7	30,4	30,7	30,9	29,6	30,8	30,7	29,0	32,3	29,4	29,1	32,3

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 %, com especial incidência nos meses de setembro e dezembro, com quotas de 32,3 %.

Fig.11 - 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	82,3	82,1	83,6	81,7	82,6	82,1	81,9	81,8	81,1	83,5	82,3	82,4
Das 7h às 20h	83,6	82,6	84,0	82,2	83,1	82,8	82,3	82,6	81,1	84,5	83,1	82,5

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, os valores apurados na M80 são elevados ao longo de todo o ano, destacando-se os meses de março e outubro, com as quotas de 83,6% e 83,5 %, respetivamente, respeitantes ao total da emissão e 84,0 % e 84,5 %, no período diário de maior audiência.

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.

6. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS NACIONAIS

6.1. RFM, RR E RÁDIO COMERCIAL

Prosseguindo a análise, desta vez incidindo sobre rádios privadas nacionais, cuja difusão deverá abranger a generalidade do território nacional, apresentam-se os apuramentos dos serviços de programas RFM, RR e Rádio Comercial.

Os serviços de programas nacionais da RTP, concessionária do serviço público, Antena 1 e Antena 3, são objeto de análise independente deste relatório.

O apuramento efetuado para os operadores nacionais na divulgação da música portuguesa segue os critérios legais 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 por 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. 12 - Percentagem de música portuguesa nas 24 horas de emissão

Operador	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
RFM	26,1	26,6	26,5	26,6	26,1	25,7	26,5	27,7	28,9	29,3	29,1	25,1
RR	29,1	28,2	26,1	26,6	26,8	29,5	25,3	20,3	20,6	23,7	23,2	24,1
R.COMERCIAL	28,7	27,7	29,2	28,1	27,1	26,4	26,2	27,0	27,9	26,8	26,1	26,0

No que atende à primeira quota referida na lei, que prevê a emissão de 25 % de música portuguesa nas 24 horas de emissão, os valores observados evidenciam que a RFM e a Rádio Comercial cumpriram ou superaram, em quase todos os meses do ano, a quota mínima prevista na lei, mais visível, em outubro (29,3 %) e março (29,2 %), nos dois serviços. A RR revelou, de agosto a dezembro, flutuações nos números apurados, justificadas por adaptações de *software*, não coadunáveis com a programação musical que foi efetivamente difundida. É de salientar, e conforme demonstram as quotas dos meses de janeiro a julho, evidenciando-se o mês de junho com uma quota de 29,5 %, que as percentagens habituais deste operador são elevadas.

Fig. 13 - 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	26,1	26,6	26,5	26,6	26,1	25,7	25,1	26,9	27,7	28,4	28,2	24,6
RR	30,6	29,7	28,0	29,4	29,1	29,9	25,8	20,9	21,4	23,4	23,3	23,8
R.COMERCIAL	29,4	28,2	28,8	27,7	27,0	26,7	25,9	26,7	27,8	27,0	26,1	26,0

No que se refere ao período de emissão de maior audiência, da mesma forma, a RFM e a Rádio Comercial cumpriram ou ultrapassaram os valores expectáveis, respetivamente, em outubro, com 28,4 %, e em janeiro, com 29,4 %. Da mesma forma, a RR apresenta inconformidades nos últimos cinco meses do ano, mas inicia o ano com o valor mais alto registado (30,6 %).

Fig. 14 - Percentagem de música composta ou interpretada em língua portuguesa entre as 7 e as 20 horas

Operador	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
RFM	76,1	81,2	80,6	73,9	75,9	80,0	86,1	77,8	71,6	66,0	55,7	56,3
RR	76,0	81,2	80,8	79,6	81,1	80,3	81,9	88,9	86,6	87,6	86,4	87,5
R.COMERCIAL	81,1	82,3	83,6	82,3	79,7	73,1	71,8	69,1	73,3	65,5	67,6	77,6

Analisado o período de maior audiência respeitante a difusões musicais em língua portuguesa compostas ou interpretadas por cidadãos da União Europeia, constata-se que a RR (máximo agosto 88,9 %) e a Rádio Comercial (máximo março 83,6 %) superaram a quota prevista, apresentando valores acima de 80 % em vários meses do ano. Já

a RFM, apresenta, nos últimos dois meses, desvios face à quota mínima, que veio a corrigir posteriormente, no entanto também com o máximo em agosto de 88,9 %.

Fig. 15 - 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	76,1	81,2	80,6	73,9	75,9	80,0	84,6	76,7	70,7	65,6	58,0	58,2
RR	76,6	80,0	79,5	81,0	81,2	81,1	82,5	87,5	87,1	89,0	88,0	89,8
R.COMERCIAL	79,2	82,3	82,0	79,5	78,3	74,4	72,5	70,2	73,5	66,8	73,0	79,6

Os valores apurados para as 24 de emissão são largamente cumpridos, tal como se observou no período das 7 às 20 horas, com quotas de difusão de música em língua portuguesa bastante elevadas, destacando-se a RFM, em maio, com 84,6 %, a RR, em dezembro, com 89,8 %, e a Rádio Comercial, também em dezembro, com 79,6 %.

Fig. 16 - Percentagem de música recente nas 24 horas de emissão

Operador	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
RFM	64,8	64,3	65,2	66,1	67,0	66,2	63,7	59,7	56,9	58,2	61,0	58,4
RR	3,0	5,0	4,8	4,6	6,1	13,8	6,0	7,1	6,5	15,0	11,6	18,0
R.COMERCIAL	46,8	40,0	55,1	51,6	48,1	46,1	46,8	47,9	45,6	45,3	50,3	52,8

De seguida, prossegue a análise da quota de música recente, definida em 35 %, apurada sobre o total de música portuguesa difundida (art.º 41.º, n.º1).

Os serviços de programas RFM e Rádio Comercial registaram, ao longo de todos os meses do ano, valores elevados de música recente, com maior incidência em maio (67,0 %) e março (55,1 %), respetivamente, destacando-se a RFM com valores quase sempre próximos ou acima de 60 %.

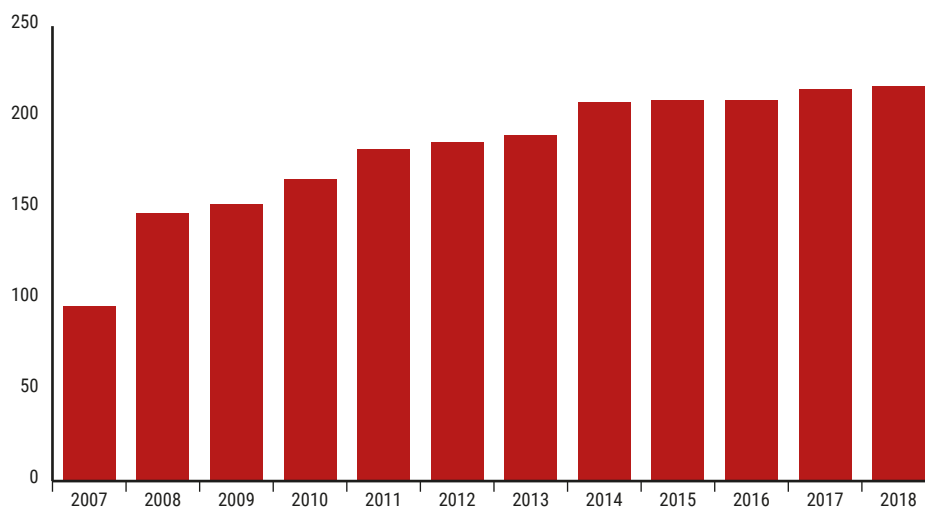
Já a RR, apresenta, neste apuramento, valores significativamente inferiores ao mínimo previsto, atentas as condicionantes da sua programação musical, público-alvo específico, e ao projeto editorial seguido. Salienta-se que esta variação decorre das elevadas percentagens contabilizadas para a quota de música portuguesa que interferem nos valores que, por sua vez, são apurados nas subquotas dependentes.

Atento o público-alvo mais jovem a que se destinam, a RFM e Rádio Comercial beneficiam de maior oferta musical, que se traduz em quotas elevadas de música recente.

7. APURAMENTO SEMESTRAL E COMPARAÇÃO NO QUINQUÉNIO

7.1. PORTAL DAS RÁDIOS – SERVIÇOS RADIOFÓNICOS INSCRITOS

Em 2018, o número de serviços inscritos no Portal das Rádios de quotas de música cresceu dois números, somando agora 217 registos.

Fig. 17 - Quadro comparativo das rádios ativas no portal de música portuguesa 2007-2018

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
RÁDIOS ATIVAS	96	147	152	166	182	186	190	208	209	209	215	217

7.2. OPERADORES LOCAIS

No que atende aos apuramentos semestrais dos operadores locais, nos últimos cinco anos, e reportando-nos a 2018, assinala-se o constante nas Figuras 18 e 19.

Fig. 18 - Percentagem média por semestre da quota de 25 % nas 24 horas de emissão

Ano	> 25%		< 25%	
	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre
2014	96,7	94,7	3,3	5,3
2015	98,5	94,9	1,5	5,1
2016	98,9	96,3	1,1	3,7
2017	98,1	99,4	1,9	0,7
2018	99,8 ▲	96,3 ▼	0,3 ▼	3,7 ▲

Fig. 19 - Percentagem média por semestre da quota de 25 % entre as 7 e as 20 horas

Ano	> 25%		< 25%	
	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre
2014	96,3	95,1	3,7	4,9
2015	98,6	92,0	2,7	3,2
2016	98,5	94,2	1,5	5,8
2017	97,7	99,0	2,3	1
2018	99,5 ▲	98,0 ▼	0,5 ▼	2 ▲

Em 2018, a média semestral dos operadores locais que asseguram o cumprimento da quota de 25 % de música portuguesa, nas 24 horas de emissão do primeiro semestre, foi superior face ao ano transato em 0,7p.p. Já no segundo semestre, não obstante registar-se uma descida de 3,1p.p., ainda assim, revela uma média elevada, de 96,3 %.

Da mesma forma, no período das 7 às 20 horas, o primeiro semestre de 2018, assinala uma média superior destas difusões face ao ano anterior, em 1,8p.p., a mais alta do quinquénio (99,5 %). Ao contrário, o segundo semestre regista um decréscimo de 1p.p., face a 2017, numa média de cumprimento de 98,0 %.

Fig.20 - 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%	
	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre
2014	93,7	92,0	6,3	8
2015	97,3	96,8	2,7	3,2
2016	98,4	98,8	1,6	1,2
2017	99,5	99,3	0,5	0,8
2018	98,3 ▼	98,7 ▼	1,7 ▲	1,3 ▲

Fig. 21 - Percentagem média por semestre da quota de difusão de música em língua portuguesa nas 24 horas de emissão

Ano	> 60%		< 60%	
	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre
2014	93,9	91,7	6,1	8,3
2015	97,2	96,8	2,8	3,2
2016	98,2	98,4	1,8	1,6
2017	99,4	99,4	0,7	0,6
2018	98,6 ▼	98,5 ▼	1,4 ▲	1,6 ▲

No que respeita à difusão de música em língua portuguesa, no horário de maior audiência, as médias apuradas nos dois semestres de 2018 são inferiores face ano anterior, mas ainda assim bastante elevadas (98,3 % e 98,7 %), com diferenciais de 1,2p.p. e 0,6p.p.

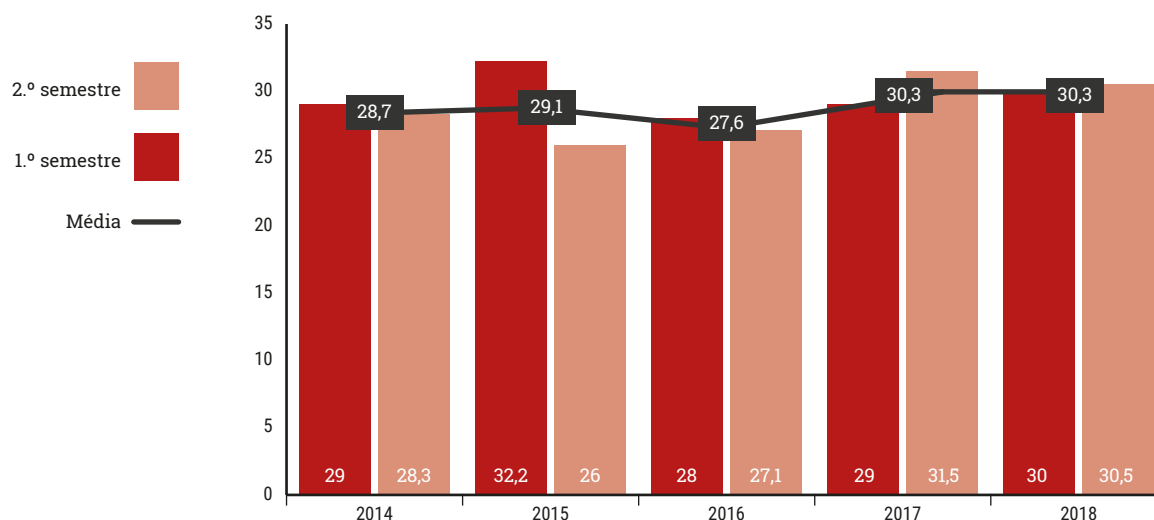
No que respeita às médias apuradas nas 24 horas de emissão, mostram-se ainda assim bastante elevadas em 2018 (98,6 % e 98,5 %), não obstante os diferenciais negativos de 0,8p.p. e 0,9p.p., face ao ano anterior.

7.3. 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. 22 - Apuramento da percentagem média por semestre M80 Rádio (2014-2018)

Ano	MÚSICA PORTUGUESA				MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA			
	24 Horas		Entre as 7 e as 20 horas		24 Horas		Entre as 7 e as 20 horas	
	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre
2014	30,5	30,0	29,0	28,3	83,9	84,0	84,9	85,4
2015	33,5	28,8	32,2	26,0	86,4	86,1	85,7	87,4
2016	27,0	26,4	28,0	27,1	82,9	82,2	84,1	82,2
2017	27,0	28,9	29,0	31,5	81,8	82,0	81,9	82,7
2018	28,0 ▲	28,6 ▼	30,0 ▲	30,5 ▼	82,4 ▲	82,2 ▲	83,1 ▲	82,7 =

Fig. 23 - Percentagem média por semestre da quota de 25 % entre as 7 e as 20 horas

Em 2018, no que respeita a médias semestrais nas 24 horas de emissão, o serviço de programas M80 Rádio regista uma variação positiva de 1p.p. no primeiro semestre do ano em comparação com o ano anterior, bem como no segundo semestre do período de maior audiência de, respetivamente, 0,3p.p. e 1p.p. Diminuíram as situações de desvio do cumprimento da quota mínima de 25 %, atenta a análise do período diário de maior audiência, definido entre as 7 e as 20 horas. Os valores registados são mais satisfatórios no primeiro semestre de 2018 (28,0 % e 30,0 %), com um pequeno decréscimo no segundo semestre deste ano, e nos dois períodos horários, face ao ano anterior.

Ainda no que se refere à quota prevista no artigo 43.º da Lei da Rádio, de difusão de música em língua portuguesa, e quanto à quota de 60 %, os valores observados por semestre em 2018 são bastante elevados e refletem um ligeira subida nos dois períodos horários em análise, com destaque na média do primeiro semestre e período horário de maior audiência (83,1 %).

7.4. OPERADORES NACIONAIS

Reportam-se de seguida as tendências das médias anuais das quotas dos serviços de programas de âmbito nacional, relativas aos últimos cinco anos (2014-2018) e a análise do último biénio.

Fig. 24 - Percentagem média anual de música portuguesa nas 24 horas de emissão 2014-2018

ANO	RFM	RR ¹	RÁDIO COMERCIAL
2014	26,9	28,8	26,7
2015	27,1	32	26
2016	27,3	30,9	25,9
2017	26,3	25,5	25,8
2018	27,0 ▲	25,3 ▼	27,3 ▲

¹ Na RR ocorreram desvios negativos por falha técnica/novo software

Atentos os valores apurados em 2018, resulta que a RFM e a Rádio Comercial, no que respeita à difusão de música portuguesa, nas 24 horas de emissão, apresentam valores mais elevados face ao ano anterior, ao contrário da RR que desceu, em alguns meses do ano, por constrangimentos técnicos e que prejudicaram as quotas apuradas.

A RFM apresentou um diferencial positivo de 0,7p.p., com uma média anual de 27,0 %, e a Rádio Comercial uma subida de 1,5p.p., situando-se em 27,3%.

Fig. 25 - Percentagem média anual de música portuguesa no período entre as 7 e as 20 horas 2014-2018

ANO	RFM	RR	RÁDIO COMERCIAL
2014	25,4	26,8	26,8
2015	25,3	30	25,4
2016	25,9	29	26,7
2017	25,0	26,1	25,5
2018	26,5 ▲	26,3 ▲	27,3 ▲

Já no período das 7 às 20 horas, em 2018, as percentagens anuais de difusão de música portuguesa foram superiores ao ano anterior, as mais altas do quinquénio, para a RFM (1,5p.p., em 26,5%) e para a Rádio Comercial (1,8p.p.), numa média anual de 27,3 %. A RR apresenta uma quota anual de 26,3 %, ainda assim superior 0,2p.p., não obstante os constrangimentos técnicos verificados.

Fig. 26 - Percentagem média anual das difusões musicais em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia entre as 7 e as 20 horas 2014-2018

ANO	RFM	RR	RÁDIO COMERCIAL
2014	66,1	78,9	66,1
2015	82,3	78,8	75
2016	65,7	80,6	81,2
2017	79,6	60,8	80,6
2018	73,4 ▼	83,2 ▲	75,6 ▼

Importa ainda referir o apuramento das difusões musicais em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia em 2018, desta forma, reportando apenas as difusões musicais no período de emissão de maior audiência, entre as 7 e as 20 horas.

A RFM registou um decréscimo de 6,2p.p., na média apurada face a 2017, resultando a média anual de 73,4 %.

A RR consigna a média mais alta dos três serviços nacionais, 83,2 %, numa subida de 22,4p.p., face ao ano anterior.

A Rádio Comercial, neste último ano, diminuiu face a 2017, 5p.p. na média anual apurada, mas mantendo-se ainda assim elevada, 75,6 %.

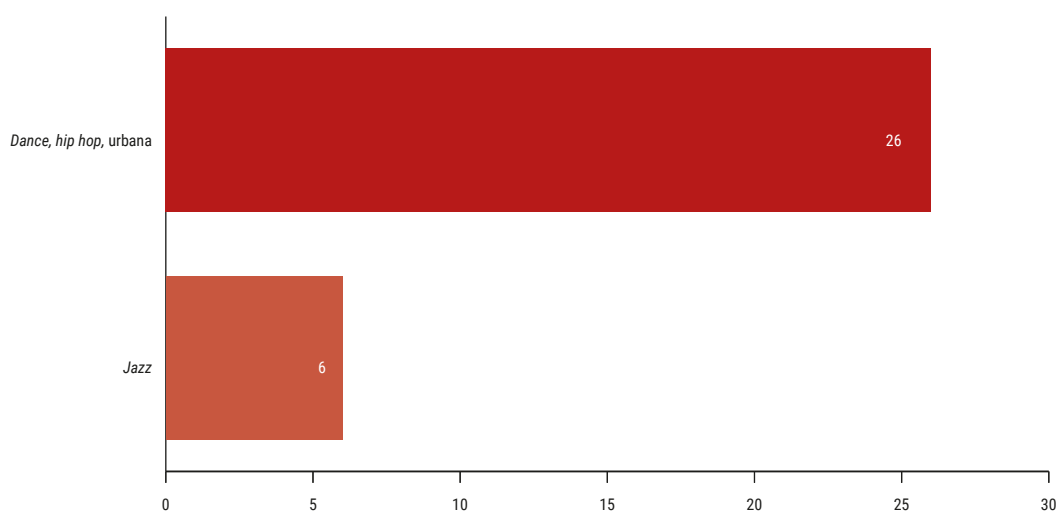
8. REGIME DE EXCEÇÃO

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/blues*, *dance* e música clássica, de acordo com os dados recolhidos junto da AFP – Associação Fonográfica Portuguesa.

Fig. 27 – N.º de serviços isentos por género musical



Ao abrigo do regime de exceção, 32 serviços de programas temáticos musicais que contemplam uma programação musical centrada nos géneros *dance music*, *hip-hop*, *urbana* e *jazz* estão isentos do cumprimento das quotas.

QUOTAS DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA – SERVIÇO PÚBLICO

1. VISÃO GLOBAL

Em matéria de difusão da música portuguesa, a Antena1 cumpriu as exigências previstas, no artigo 42.º da Lei da Rádio, de emissão de uma percentagem não inferior a 60 %, quer no apuramento nas 24 horas de emissão, quer no período entre as 7h e as 20h, sempre acima de 70 %.

No que respeita à emissão de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, a quota mensal rondou ou superou os 90 %, ultrapassando em muito aquela que está estabelecida, e registou a média anual mais alta do quinquénio, 90,5 %.

No que atende à difusão de uma quota mínima de 35 % de música recente, os valores apurados foram bastante superiores à mesma, registando no último mês do ano a quota de 60,3 %.

A Antena3, quanto à difusão de música portuguesa, registou, ao longo de 2018, valores mensalmente superiores a 50 %, quer nas 24 horas de emissão, quer no período entre as 7h e as 20h.

Em matéria de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia, a Antena3 apresentou desvios face à quota mínima exetável, que veio a corrigir, aumentando estas difusões com maior visibilidade nos últimos dois meses do ano. Demonstra da mesma forma o comparativo do último biénio, quanto a apuramentos semestrais, uma tendência positiva, no período de maior audiência, de cumprimento da quota de 60 %.

No que atende à quota de música recente, a Antena3 registou valores em muito superiores aos previstos na lei, com percentagens acima dos 70 % ou 80 %, sendo notória a posição do serviço de programas na divulgação de nova música portuguesa.

2. NOTAS INTRODUTÓRIAS

O presente relatório apresenta uma análise do comportamento dos serviços de programas radiofónicos Antena1 e Antena3, da concessionária do serviço público de radiodifusão sonora, quanto à difusão de música portuguesa.

O serviço de programas Antena2 não é objeto de avaliação, atendendo a que é um serviço temático orientado para a música clássica, género este abrangido pelo regime de isenção de cumprimento de quotas de música.

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 Antena3, o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de 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.º 1 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.º 1, é da responsabilidade do Estado, através dos membros responsáveis pelas áreas das Finanças e da Comunicação Social.

Assim, nos termos da Lei da Rádio, para a Antena3, incumbe à ERC (Cf. 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 de 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 Antena1 e Antena3, respeitantes ao quinquénio 2014-2018.

3. METODOLOGIA

Para apuramento das quotas, as informações aqui expostas resultam da validação feita pela ERC dos dados rececionados no “Portal da Rádio”, sistema automático de apuramento implementado pela ERC.

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 introduzidos pelo operador concessionário do serviço público no “Portal da Rádio” e rececionados pela ERC por esta via automática têm em conta as seguintes vertentes previstas na lei.

3.1. PRIMEIRO SERVIÇO DE PROGRAMAS DA CONCESSIONÁRIA DE SERVIÇO PÚBLICO – ANTENA1

- F. Quota de música portuguesa igual ou superior a 60 %, nas 24 horas de emissão;
- G. Quota de música portuguesa igual ou superior a 60 %, no período diário compreendido entre as 7h e as 20h;
- H. Quota de 60 % 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 (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em B) supra);
- I. Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, nas 24 horas de emissão (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em A) supra);
- J. Quota de música portuguesa recente igual ou superior a 35 % de temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses.

3.2. TERCEIRO SERVIÇO DE PROGRAMAS DA CONCESSIONÁRIA DE SERVIÇO PÚBLICO – ANTENA 3

- A. Quota de música portuguesa igual ou superior a 25 %, nas 24 horas de emissão;
- B. Quota de música portuguesa igual ou superior a 25 %, no período diário compreendido entre as 7h e as 20h;
- C. Quota de 60 % 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 (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em B) supra);

- D. Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, nas 24 horas de emissão (subquota de 60% apurada, tendo por base a quota referida em A) supra);
- E. Quota de música portuguesa recente igual ou superior a 35 % de temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses.

4. ANTENA1

4.1. 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	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
24 horas	77,4	78,8	78,9	73,6	75,9	76,5	72,1	73,9	76,4	77,5	78,4	77,6
Das 7h às 20h	76,4	79,1	79,5	72,3	74,1	74,5	69,8	72,6	75,4	75,8	77,0	76,4

Pela leitura dos valores da Figura 1, na qual se apresentam os dados referentes a 2018, constata-se que a quota apurada permanece elevada, quer no período das 24 horas quer no período de emissão compreendido entre as 7h e as 20h, sempre acima de 70 % em todos os meses do ano, exceto em julho, onde se regista 69,8 %.

Destaca-se o mês de março com o valor mais alto, 78,9%, no período total da emissão e, 79,5 %, no período de maior audiência.

Como é habitual, a Antena1 mantém valores elevados de difusão de música portuguesa nos dois períodos horários contidos na lei, cumprindo e superando as exigências delineadas para o primeiro operador de serviço público.

Fig.2 - Evolução comparativa 2014-2018 (valores em %)

Ano	24 Horas		Das 7H às 20H	
	Média 1.º semestre	Média 2.º semestre	Média 1.º semestre	Média 2.º semestre
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
2017	85,6	81,1	85,2	80,7
2018	76,9	76,0	76,0	74,5

Conforme demonstram os valores apurados, observa-se nos dois semestres de 2018, um decréscimo nas percentagens apuradas neste serviço, relativamente ao ano transato. Esta tendência tem vindo a registar-se desde 2013, onde foram avaliadas quotas muito elevadas, perto de 100 %.

Não obstante os dados apurados em 2018 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 %.

4.2. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 60 % DE MÚSICA COMPOSTA OU INTERPRETADA EM LÍNGUA PORTUGUESA POR CIDADÃOS DOS ESTADOS-MEMBROS DA UNIÃO EUROPEIA

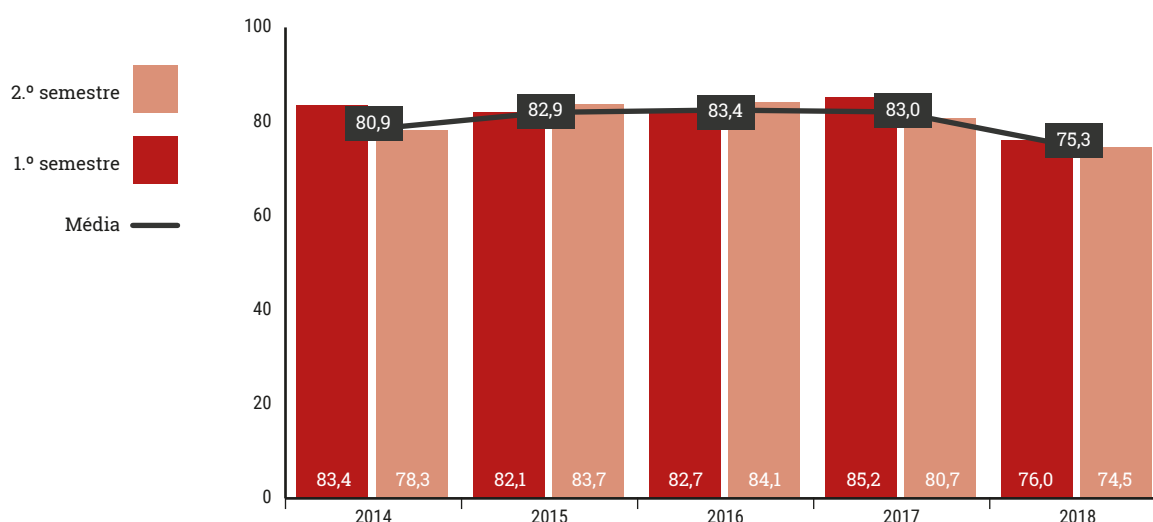
Outra das obrigações consagradas na Lei da Rádio impõe que 60 % da música portuguesa emitida seja composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, nos termos do artigo 43.º da Lei da Rádio.

Fig.3 - Difusão de música composta por cidadãos da UE (valores em %)

Período horário de emissão	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
24 horas	89,0	88,5	88,0	92,0	89,5	87,6	90,8	90,0	91,8	92,2	90,3	89,4
Das 7h às 20h	90,1	88,4	89,0	88,8	90,5	92,3	90,3	89,9	92,3	91,7	90,2	89,0

A Antena1 assinala, ao longo do ano, percentagens de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa superiores a 80 %, registando abril e outubro os valores mais elevados, 92,0 % e 92,2 % nas 24 horas de emissão, e em junho e setembro, 92,3 %, no período das 7h às 20h.

Fig.4 - Evolução comparativa 2014-2018 período 7h - 20h (valores em %)



Direcionando a análise para o período de maior audiência, atentas as médias anuais e semestrais apuradas, verifica-se que os valores alcançados são sempre superiores a 70 %, observando-se, no primeiro semestre de 2018, uma descida de 9,2p.p, face a 2017, e no segundo semestre, de 6,2p.p, apurada uma média anual de 75,3 %.

4.3. 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 (valores em %)

Ano	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
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
2017	51,7	51,3	51,2	49,7	49,2	49,6	46,7	42,1	45,7	50,7	51,9	51,7
2018	49,4	47,5	50,8	59,6	59,3	54,4	53,6	50,8	52,0	59,8	59,1	60,3

No que respeita aos resultados da música recente, verifica-se que, de acordo com os dados reportados em 2018, a quota mínima de 35 % de música recente tem vindo a ser cumprida, com os valores mais expressivos do quinquénio. Os meses de outubro e dezembro foram os mais expressivos, com quotas que se aproximam ou superam 60 %, o que atesta a regularidade das difusões musicais recentes no primeiro serviço radiofónico do operador de serviço público.

5. ANTENA3

5.1. APURAMENTO DO CUMPRIMENTO DA OBRIGAÇÃO DE DIFUSÃO DE 25 % DE MÚSICA PORTUGUESA NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

O terceiro serviço de programas de rádio da RTP - Antena3 – não encontra na Lei da Rádio nenhuma disposição específica tal como acontece para a Antena1, apenas o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, na Cláusula 16.ª, alínea b), que 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 %.

Apresentam-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.

Procede-se, neste ponto do relatório, à verificação da obrigação de difusão de 25 % de música portuguesa nas 24 horas de emissão (Cf. artigo 41.º Lei da Rádio).

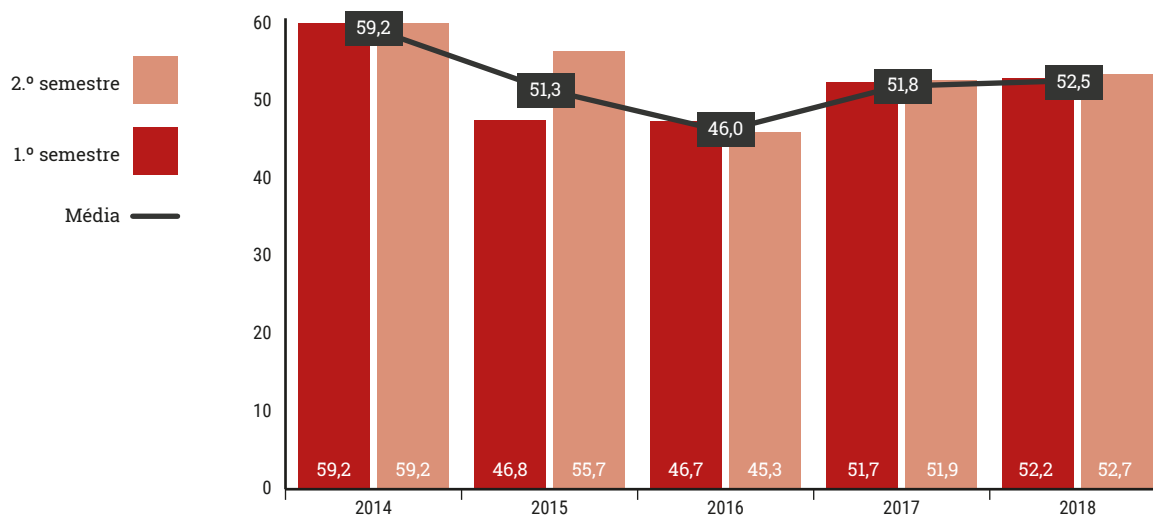
Fig.6 - Difusão de música portuguesa - quota de 25 % (valores em %)

Período horário de emissão	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
24 horas	51,1	51,3	51,7	52,4	52,7	52,8	52,1	51,9	52,1	52,4	52,7	52,7
Das 7h às 20h	51,3	51,3	51,9	52,7	53,1	53,0	52,4	52,4	52,5	52,8	53,1	52,9

Atentos os valores supra, a Antena3, tanto no período das 24 horas de emissão como no período diário de maior audiência, apresenta valores de difusão de música portuguesa superiores a 50 %, sendo em maio, junho, novembro

e dezembro, que surgem as percentagens mais altas de produções musicais, 52,8 % e 52,7%, nas 24 horas, e 53,1 % entre as 7h e as 20h.

Fig.7 - Evolução comparativa 2014-2018 no período 7h - 20h (valores em %)



Conforme demonstra a Figura 7, no que respeita a valores comparativos semestrais e histórico anual, assinala-se no período de maior audiência, no primeiro semestre de 2018, uma subida de 0,5p.p, e no segundo de 2,7p.p, atendendo ao mesmo período do ano transato.

Da mesma forma, a média anual apurada, de 52,5 %, foi superior em 0,7p.p., face ao ano anterior, apresentando-se como a mais elevada dos últimos quatro anos.

5.2. 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).

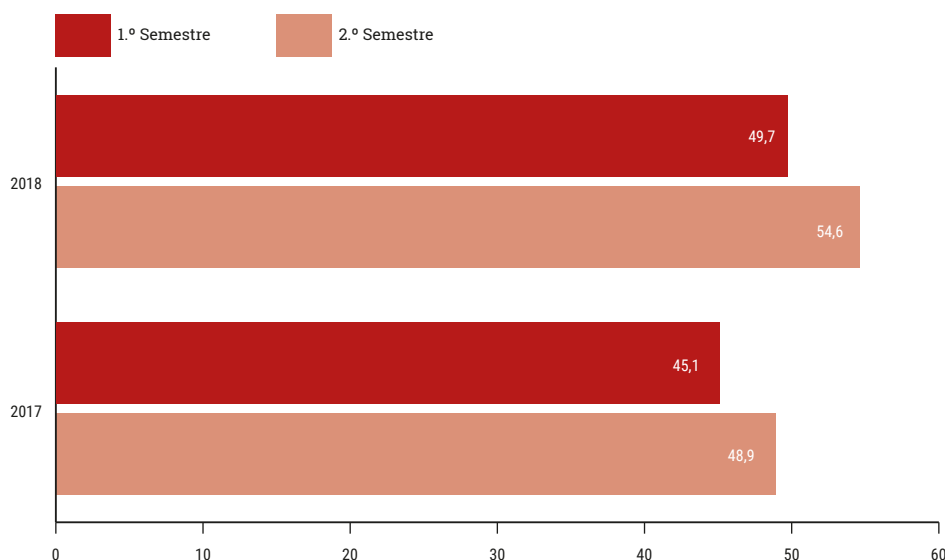
Fig.8 - Difusão de música em língua portuguesa - subquota de 60 % (valores em %)

Período horário de emissão	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
24 horas	49,0	49,0	49,8	50,6	49,4	50,1	51,5	52,0	52,1	54,8	59,2	57,4
Das 7h às 20h	49,3	49,0	49,8	49,4	50,1	50,5	52,0	52,2	52,1	54,8	59,2	57,4

Na presente subquota, em 2018, tal como tem vindo a registar-se em anos anteriores, constata-se desvios da quota mínima expectável, situação que resulta da elevada percentagem de música portuguesa (com temas enquadráveis na quota mínima de 25 %) difundida neste serviço de programas.

Conforme demonstra a Figura 8, os dois últimos meses do ano revelam valores próximos da quota mínima estabelecida, atendendo à monitorização da ERC e à sensibilização do operador para a necessidade do cumprimento da quota estabelecida, não obstante os constrangimentos referenciados.

Fig.9 - Comparativo do biénio 2017-2018 no período 7h - 20h (valores em %)



Conforme demonstra o comparativo do último biénio, quanto a apuramentos semestrais, verifica-se uma tendência positiva de alcançar valores mais próximos da quota de 60 %.

De facto, revela a Antena3 um crescimento significativo de difusão de música em língua portuguesa, numa subida de 4,9p.p do primeiro para o segundo semestre de 2018, apurada a média de 54,6 %, e superior à observada, no mesmo semestre do ano anterior, em mais 5,7p.p..

No que se reporta aos desvios registados na subquota de música em língua portuguesa, fixada em 60 %, importa clarificar que os serviços de programas que ultrapassam largamente a quota 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 %. Salienta-se que a Antena3 tem uma grande difusão de temas de música portuguesa com intérpretes e bandas nacionais, grande parte interpretados em inglês. Contudo, 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.

5.3. 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 Antena3 encontra-se, da mesma forma, obrigado ao cumprimento do 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	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
2014	79,6	80,7	82,8	84,4	84	84,5	79,6	80,7	82,8	84,4	84,0	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
2017	82,1	82,8	81,2	78,6	79,0	78,2	78,1	74,1	77,2	77,3	77,2	77,3
2018	71,1	78,2	79,1	78,7	74,4	77,4	79,0	80,1	77,3	76,4	77,4	77,5

Ao longo do último ano, as percentagens de música recente decorrentes da programação musical difundida foram sempre superiores a 70 %, as mais altas registadas nos meses de março, julho e agosto, 79,1%, 79,0 % e 80,1 %, respetivamente. Esta é uma evidência já observada em anos anteriores, conforme demonstra a Figura 10, 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 bastante satisfatória a produção musical enquadrável na linha musical e editorial deste serviço.

VOLUME II
TELEVISÃO



PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

ANÁLISE DAS OBRIGAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO - RTP1, RTP2, SIC, TVI, CMTV E RTP3 (2018)

1. VISÃO GLOBAL

O presente capítulo tem como principal objetivo verificar o cumprimento dos princípios do pluralismo e da diversidade na programação televisiva exibida em 2018 pelos quatro serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre - RTP1, RTP2, SIC, TVI, pelo generalista nacional de acesso não condicionado com assinatura (cabo) CMTV, e pela RTP3, canal temático informativo do operador público de televisão.

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.¹⁶³

A análise realizada estrutura-se a partir das 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. No caso da SIC e da TVI, a análise conjuga-se com os respetivos cadernos de encargos das licenças de difusão.¹⁶⁴ No caso da CMTV, a análise é também enquadrada pela autorização para o exercício da atividade de televisão e correspondente projeto editorial.¹⁶⁵

A identificação dos *géneros televisivos* que compõem as grelhas de programação é a principal forma de caracterizar a oferta de um operador televisivo, permitindo verificar a amplitude de tipos de programas que cada canal disponibiliza aos seus públicos – ainda que a apreciação da diversidade da oferta televisiva não se esgote na análise de géneros televisivos, sem dúvida esta estratégia metodológica de caracterização continua a ser, no entendimento da ERC, a que melhor reflete as obrigações a que, em matéria de diversidade de programação, estão sujeitos os operadores em apreço.

A *diversidade* é aferida, primeiramente, pela identificação dos *géneros televisivos* – *macrogéneros* e *géneros*. É também identificada a *função* de programação predominante em cada programa, na medida em que a LTSAP também estabelece como princípio geral que os serviços de programas, de acordo com a sua natureza, devem contribuir para a informação, formação e entretenimento dos públicos.¹⁶⁶

¹⁶³ 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).

¹⁶⁴ Avaliações tornadas públicas nas Deliberações 1-L/2006, de 20 de junho (Renovação das licenças para o exercício da atividade televisiva dos operadores SIC e 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 (primeira 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), 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro (primeira 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) e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

¹⁶⁵ Deliberação 6/AUT-TV/2012, de 24 de outubro de 2012 (Pedido de autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas televisivo generalista de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura denominado Correio da Manhã TV).

¹⁶⁶ 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, alínea a), n.º 1.

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 perceberem como estes elementos específicos de programação são integrados nas grelhas de emissão de 2018.

A análise destas dimensões é feita através da leitura de dois indicadores: a duração global (volume de horas de emissão) e a frequência de exibição (número de edições de programas) desses géneros televisivos ao longo do ano, privilegiando-se o primeiro mas recorrendo ao segundo sempre que a avaliação incida numa norma quantificada.

Esta é a primeira edição do Relatório de Regulação em que se irá aplicar a verificação da diversidade de programação ao canal CMTV. Note-se que, enquanto serviço de programas generalista, a CMTV está igualmente sujeita a um compromisso com uma oferta televisiva verdadeiramente diversa e plural, razão que justifica a decisão de analisar a sua programação de forma mais sistemática.

No caso da CMTV, a análise deparou-se com a dificuldade em distinguir as partes autónomas da grelha de programação, em conformidade com o conceito de *programa* desenvolvido pela ERC a partir da definição apresentada na Lei da Televisão. Com efeito, de acordo com esta, «[o]s programas devem ser identificados e conter os elementos relevantes das respetivas fichas técnicas e artísticas»¹⁶⁷ - elementos que não raro estão omissos no caso da emissão da CMTV, conforme se identificou em vários tipos de conteúdos, nomeadamente serviços noticiosos e telenovelas. Esta dificuldade em identificar a unidade de análise *programa* com recurso à sua delimitação por elementos formais (genérico e ficha técnica e artística) é agravada por frequentes interrupções na emissão e inconstância na duração das edições ou episódios de um mesmo programa. A emissão da CMTV desafia assim a lógica unitária e sequencial que se observa em serviços de programas com unidades de programação mais estáveis, padronizadas e formalmente íntegras.

Por este motivo, considerou-se que não seriam suficientemente fiáveis os resultados produzidos com base numa grelha de programação com as características acima descritas, pelo que se optou por não apresentar o indicador “número de programas” relativamente à CMTV.

No total dos seis serviços de programas analisados foram contabilizadas:

- RTP1 - 7117h07m42s de emissão, correspondentes a 8326 programas;
- RTP2 - 8380h11m15s, correspondentes a 24 346 programas;
- SIC - 6091h39m10s de emissão, correspondentes a 6660 programas;
- TVI - 6346h42m11s, correspondentes a 6875 programas;
- CMTV - 7788h40m46s;
- RTP3 - 8298h15m37s, correspondentes a 13 403 programas.

¹⁶⁷ LTSAP, artigo 42.º

2. DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS

RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV

RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV

- Consideram-se “generalistas” os serviços de programas televisivos que apresentem uma **programação diversificada** e dirigida à **globalidade do público**,¹⁶⁸
- 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;¹⁶⁹
- 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.¹⁷⁰

DIVERSIDADE E (MACRO)GÉNEROS DOS PROGRAMAS EMITIDOS

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, TVI e CMTV –, de modo a obter uma visão geral da amplitude e do pluralismo das suas grelhas de emissão em 2018.

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.

Ao todo, foram apreciadas, no total dos cinco serviços de programas generalistas, 35724h21m04s de tempo de emissão de programas, assim repartido: RTP1 7117h07m42s horas de emissão; RTP2 8380h11m15s; SIC com 6091h39m10s de emissão; TVI com 6346h42m11s; CMTV com 7788h40m46s.

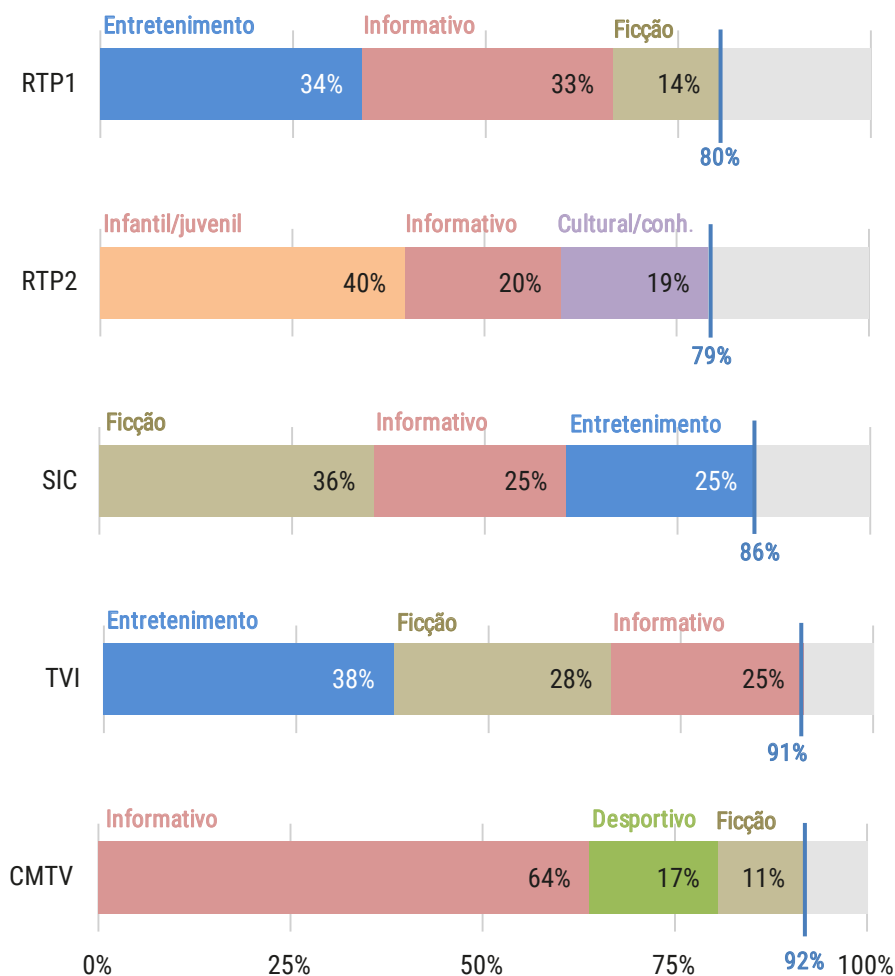
No caso dos serviços de programas em que é direta a correspondência daquele volume horário a espaços autónomos e claramente delimitados (programas), foram observados os seguintes totais quanto ao número de programas: RTP1 com 8326 programas, RTP2 com 24 346 programas, SIC com 6660 programas e TVI com 6875 programas.

¹⁶⁸ LTSAP, artigo 8.º, n.º 2.

¹⁶⁹ LTSAP, artigo 9.º, n.º 1, alínea a).

¹⁷⁰ LTSAP, artigo 34.º, n.º 2, alínea a).

Fig. 1 - Três macrogéneros televisivos de maior duração, por serviço de programas (2018)



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**;¹⁷¹
- 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**;¹⁷²
- 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;¹⁷³
- 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;¹⁷⁴
- Espaços de **entretenimento** com **preocupação formativa** que contribuam para a **promoção da cultura geral** e da **abertura ao conhecimento**.¹⁷⁵

Em 2018, a RTP1 exibiu um total de 8326 programas, que perfizeram 7117h07m42s de emissão.

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 *entretenimento* (34,0 %) foram os mais representados na RTP1, secundados pelos conteúdos de *informação* (32,6 %), numa diferença de quase 100 horas de emissão ao ano.

A análise mais detalhada dos géneros da programação da RTP1 revela a preponderância horária dos *magazines informativos* (18,3 %), dos *talk shows* (15,7 %) e dos *serviços noticiosos* (11,4 %); em número de programas, sobressaem os *concursos/jogos* (13,5 %) e, também neste indicador, os *serviços noticiosos* (11,8 %).

Do conjunto dos 39 géneros previstos na presente análise, a programação da RTP1 encontra, em 2018, correspondência em 31 categorias de género.

¹⁷¹ 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).

¹⁷² CCSPR, Cláusula 9.ª, n.º 2.

¹⁷³ CCSPR, Cláusula 9.ª, n.º 7, alíneas a) a c).

¹⁷⁴ CCSPR, Cláusula 9.ª, n.º 8, alínea a).

¹⁷⁵ CCSPR, Cláusula 9.ª, n.º 8, alínea b).

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**;¹⁷⁶
- Assegurar de forma coerente uma **programação cultural de qualidade e distinta** dos demais serviços de programas televisivos de serviço público;¹⁷⁷
- 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;¹⁷⁸
- Conceder particular relevo na sua programação ao **princípio da inovação, privilegiando a criatividade, a originalidade e o sentido crítico**;¹⁷⁹
- **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;¹⁸⁰
- Assegurar espaços de **informação diários que**, de modo contextualizado e aprofundado, desenvolvam o tratamento de matérias da **atualidade nacional, regional e internacional**, nomeadamente **culturais**;¹⁸¹
- Incluir **espaços educativos** e de **entretenimento** diários, destinados ao **público infanto-juvenil** e que contribuam para a sua **formação**.¹⁸²

Em 2018, a RTP2 exibiu um total de 24 346 programas, que perfizeram um total de 8380h11m15s de emissão.

São os programas *infantis/juvenis* (39,7 %) que mais se destacam na programação do segundo canal do operador público de televisão, em tempo de emissão e, de forma ainda mais acentuada, em número de programas (66,5 %). Os *informativos* (20,2 %) também se destacam pelo volume total de horas emitidas. Os *culturais/conhecimento* também são relevantes na programação da RTP2, surgindo em terceiro lugar (19,2 %) quando analisado o tempo total de conteúdos emitidos. Aliás, no indicador de frequência de programas, os programas *culturais/conhecimento* ultrapassam mesmo os *informativos* (13,5 % e 9,6 % respetivamente).

Se a RTP2 complementa a RTP1 com a exibição de programas para os públicos mais jovens e de natureza cultural e de conhecimento, por outro lado observa-se a presença residual de formatos de entretenimento (0,5 %) no segundo serviço de programas.

¹⁷⁶ CCSPR, Cláusula 7.ª, n.º 2, alínea b), com reforço na cláusula 10.ª, n.º 1, do mesmo diploma.

¹⁷⁷ CCSPR, cláusula 10.ª, n.º 2.

¹⁷⁸ CCSPR, cláusula 10.ª, n.º 3.

¹⁷⁹ CCSPR, cláusula 10.ª, n.º 4.

¹⁸⁰ CCSPR, cláusula 10.ª, n.º 5.

¹⁸¹ CCSPR, cláusula 10.ª, n.º 8.

¹⁸² CCSPR, cláusula 10.ª, n.º 10.

A análise específica dos géneros revela a preponderância dos *desenhos animados* (21,2 %) e dos *serviços noticiosos* (14,8 %), separando-os cerca de 530 horas de emissão anual – uma diferença que tem vindo a acentuar-se nos últimos dois anos analisados. Este agudizar da diferença prende-se com o aumento, relativamente a 2017, do volume horário de *desenhos animados* emitidos. Em frequência de exibição, os *desenhos animados* (36,3 %) representam mais de um terço dos programas emitidos na RTP2. O segundo género mais frequente, também orientado para o público mais jovem, corresponde aos programas *educativos infantis/juvenis* 19,3 %).

Ao todo, na programação da RTP2 foram identificados, em 2018, 29 géneros.

SIC

- Emitir uma programação generalista e diversificada, com oferta de **géneros diversificados de programas dirigidos a vários públicos em diferentes faixas horárias**;¹⁸³
- 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**.¹⁸⁴

Em 2018, a SIC exibiu um total de 6660 programas, entre os quais foram identificados 27 géneros televisivos diferentes. No final do ano esses programas perfizeram um total de 6091h39m10s de emissão.

À semelhança do que se tem vindo a observar na análise de grelhas de emissão de anos anteriores verifica-se que a esmagadora maioria do tempo de programação da SIC – 85,3 % - se concentrou na exibição de programas que a ERC classifica em três categorias de *macrogéneros*: *ficção*, *informativo* e *entretenimento*. Ainda assim, é de notar que a maior fatia de tempo é ocupada pela *ficção*, 35,7 %, sendo que à *informação* e ao *entretenimento* foi dedicada uma percentagem de tempo de emissão quase idêntica, respetivamente 24,9 % e 24,7 %.

Já quando a análise se foca no tipo de programas que surgem mais vezes na grelha do canal, independentemente do seu tempo de emissão, observa-se que a programação de *ficção* não só se mantém como a mais frequente, como acentua a sua liderança quando comparada com a restante programação. Com efeito, os programas de *ficção* representam 37,1 % dos 6660 programas emitidos, enquanto os programas de *entretenimento* (os segundos mais frequentes) chegam aos 19,2 % e os de *informação* (que ocupam a terceira posição) aos 18,9 %.

É ainda de acrescentar que os programas com classificação *infantil/juvenil* apresentam valores próximos destes dois últimos macrogéneros, representando 15,1 % do total de programas emitidos. O mesmo já não sucede em termos de tempo de emissão, em que a *programação infantil/juvenil* ocupou apenas 8,4% da grelha da SIC em 2018.

Relativamente aos restantes três macrogéneros identificados, observa-se que tiveram uma representação diminuta. Aos programas de *cultura/conhecimento* a SIC *dedicou* 5 % do tempo global da programação do ano, enquanto os *desportivos* se ficaram pelos 1,3 % e os programas de natureza *institucional/religiosa* não foram além dos 0,1 %.

¹⁸³ 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 e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

¹⁸⁴ 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 e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

Ao analisar a diversidade de programação do canal tendo por base o nível mais específico de classificação dos programas, isto é, ao passar de uma análise baseada nos *macrogéneros* televisivos para uma análise dos *géneros*, considerando o tempo que lhes foi dedicado no global do ano, há novamente três categorias que sobressaem: os *serviços noticiosos* (24,4 %) e as *telenovelas* (22,8 %), que tiveram uma representação muito semelhante, e os *talk shows* (16,3 %). No seu conjunto estes três géneros representaram 63,5% do tempo global da programação do canal em 2018.

A respeito deste resultado, é curioso constatar que esta concentração relativamente aos *géneros* reflete igualmente a preponderância dos três *macrogéneros* que ocuparam mais tempo de emissão na grelha da SIC.

Com efeito, para o acentuado destaque da *ficção*, quer em termos de tempo de emissão, quer em número de programas, contribuiu a forte presença de *telenovelas*. No total do ano foram identificadas 12, sendo que quatro foram estreias: “O Outro lado do Paraíso”; “Vidas Opostas”; “Segundo Sol”; “Alma e Coração”.

No caso do formato *talk show*, o programa “Queridas Manhãs” foi aquele que concentrou a maior fatia do tempo de emissão que justifica o destaque que o entretenimento assume na grelha do canal. A propósito deste formato é, no entanto, de referir que em 2018 o serviço de programas acrescentou um novo *talk show* à sua grelha televisiva, o “Alô Portugal”, programa que será referido adiante neste relatório por se destinar a um público específico, as comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo.

Já no que diz respeito aos *serviços noticiosos* que justificam o destaque dos conteúdos informativos no tempo de programação global pode-se referir que a “Edição da Manhã”, ainda que não tenha edições aos fins de semana, acabou por ser o noticiário que concentrou o maior número de horas de emissão (629h21m24s), enquanto o “Primeiro Jornal” e o “Jornal da Noite” apresentaram resultados muito próximos (respetivamente, 414h26m45s e 445h19m53).

Em relação aos restantes 24 géneros identificados, que equivaleram a 36,5 % do tempo global da programação desse ano, pode-se acrescentar que os *filmes/telefilmes* surgem como quarto género mais proeminente, ainda assim ficando-se pelos 7,4 % do tempo global. Com uma representação próxima surgem as *séries* (5,5 %) e a *ficção infantil/juvenil* (5,2 %). De notar que, embora com um contributo muito diferente do já referido em relação às *telenovelas*, os *filmes/telefilmes* e as *séries* também acabam por influenciar o claro destaque assumido pela *ficção* na programação da SIC.

Ainda relativamente à diversidade dos géneros dos programas exibidos pela SIC em 2018, importa notar que foram identificadas cinco edições do programa “Extra”, que, embora tenham sido classificado com o género *infotainment*, na realidade, apresenta no seu conteúdo uma linguagem promocional a marcas/produtos, que tende a aproximá-lo de conteúdos publicitários e por isso confere-lhe mais a função de publicitar do que a função de *entretêr*, que é própria desse género televisivo.

TVI

- Emitir uma programação generalista e diversificada, com oferta de **géneros diversificados** de programas dirigidos a **vários públicos em diferentes faixas horárias**; ¹⁸⁵
- 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**; ¹⁸⁶
- Transmitir, **semanalmente, a missa dominical**. ¹⁸⁷

Em 2018, a TVI exibiu 6875 programas, correspondendo a um universo de 6346h42m11s de emissão, que se distribuem por 29 géneros televisivos, ainda que alguns géneros estejam muito pouco representados.

O tempo de emissão da TVI divide-se de forma tripartida por *entretenimento* (37,7 %), *ficção* (28,3 %), cuja *função* também é *entreter*, e *informativos* (25,0 %).

Os quatro macrogéneros menos representados arrecadam menos de um décimo da duração total dos programas de 2018, sobressaindo os *infantis/juvenis* (6,6 %). A contagem fica fechada com os *institucionais/religiosos* (1,2 %), os *culturais/conhecimento* (1,2 %) e os *desportivos* (0,3 %).

Em número de programas, o peso relativo dos *infantis/juvenis* é de 8,6 % e o dos *informativos* 21,0 %, que se mantém na terceira posição, registando-se, no entanto, face ao ano anterior, um decréscimo dos primeiros (cerca de quatro pontos percentuais) e um ligeiro aumento dos últimos (cerca de um ponto percentual), tendência já verificada em 2017.

Mantendo a mesma tendência, a *telenovela* é o género com a maior carga horária, ocupando cerca 20,9 % das horas anuais de programação. Ligeiramente abaixo, surgem os *talk shows* (17,1 %). *Serviços noticiosos* (12,0 %) e *magazines informativos* (11,7 %) são as categorias seguintes. A soma destes quatro géneros ultrapassa os três quintos do tempo de emissão anual da TVI (61,7 %).

No indicador de frequência, a *telenovela* também se destaca (24,3 %), seguindo-se *serviços noticiosos* (10,6 %), *ficção infantil/juvenil* (8,4 %) e *reality show* (8,3 %).

A missa faz parte da emissão dominical da TVI, durante todo o ano de 2018.

¹⁸⁵ 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 e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

¹⁸⁶ 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 e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

¹⁸⁷ 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 e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

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.

CMTV

- As linhas gerais da programação assentam na transmissão de noticiários, programas de informação, de âmbito social e de entretenimento.»¹⁸⁸

Em 2018, a CMTV exibiu programação num total de 7788h40m46s de emissão, distribuídas por 20 géneros televisivos.

Conforme já referido na introdução, revelou-se impraticável isolar as partes autónomas da grelha de programação em correspondência com a noção de *programa* desenvolvida pela ERC, devido a características da emissão e da grelha da CMTV que se poderiam designar de atípicas. Optou-se, assim, por não apresentar o indicador “número de programas”, relativo à programação emitida em 2018 pela CMTV.

A CMTV apresenta uma programação pouco diversificada, o que se evidencia através de diversos aspetos da presente análise. Atente-se, em primeiro lugar, na distribuição do tempo de programação por macrogéneros: quase dois terços do tempo de programação da CMTV correspondem a conteúdos do macrogénero *informativo* (63,9 %); seguem-se os programas *desportivos* (16,8 %), *ficção* (11,1 %) e *programas e entretenimento* (7,2 %).

Com expressão marginal na grelha da CMTV estão os programas de *cultura/conhecimento* (1,0 %) e os de teor *institucional/religioso* (0,02 %). A CMTV não emitiu, em 2018, programas *infantis/juvenis*.

O *serviço noticioso* é o género com maior expressão horária, correspondendo a mais de metade das horas anuais de programação (53,0 %) e numa liderança claramente destacada dos restantes géneros. Muito abaixo, surgem em segundo lugar os programas de *comentário desportivo* (14,3 %), seguidos por *filmes/telefilmes* (8,5 %) e *comentário* (6,0 %). A soma destes quatro géneros representa mais de oito em cada dez horas do tempo de programação da CMTV (81,5 %).

DIVERSIDADE E FUNÇÕES DOS PROGRAMAS EMITIDOS

RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV

- **Informação, formação e entretenimento** do público;¹⁸⁹

RTP1 e RTP2

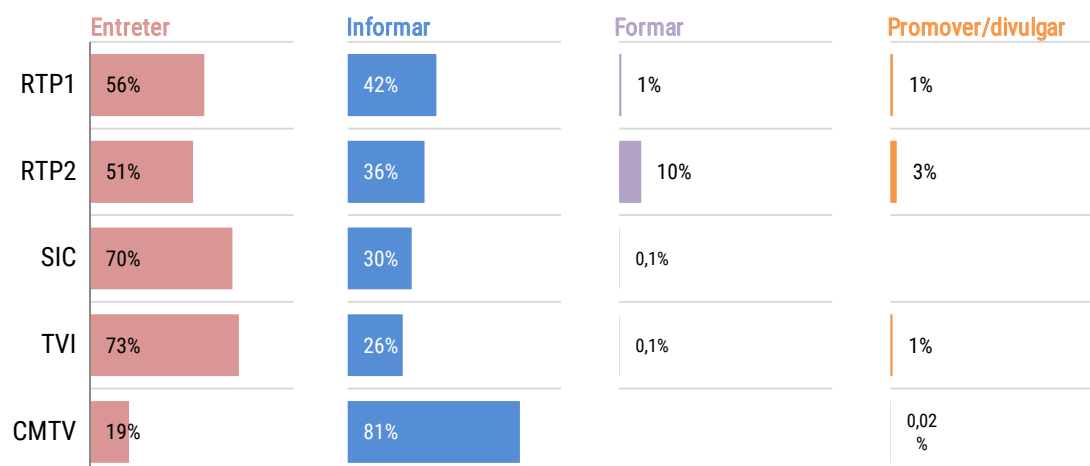
- A concessionária do serviço público de televisão deve (...) apresentar uma programação que promova a **formação cultural e cívica** dos telespectadores, garantindo o acesso de todos à **informação, à educação e ao entretenimento** de qualidade.¹⁹⁰

¹⁸⁸ Deliberação 6/AUT-TV/2012, de 24 de outubro de 2012 (Pedido de autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas televisivo generalista de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura denominado Correio da Manhã TV).

¹⁸⁹ LTSAP, artigo 9.º, n.º 1, alínea a).

¹⁹⁰ LTSAP, artigo 51.º, n.º 1

Fig. 2 Funções da programação televisiva (duração), por serviço de programas (2018)



RTP1

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 2018, superando um terço do tempo e da frequência. Menos representadas, as funções *promover/divulgar* e *formar* também se observam na oferta programática da RTP1.

RTP2

Em 2018, ganhou saliência na RTP2 a função *entreter*, surgindo à frente da função *informar* tanto em volume horário (50,5 % e 36,0 %) como em número de programas exibidos (53,8 % e 22,1 %). A função *formar* é a terceira mais expressiva em tempo de programas da RTP2 (10,3 %), ainda que a grande distância das duas primeiras; analisando o número de programas (20,5 %), surge a pouca distância da segunda função, *informar*. Os conteúdos cuja missão é *promover/divulgar* as entidades que os desenvolvem também têm presença, mas mais marginal (3,1 % do volume horário e 3,6 % do número de programas).

SIC

A análise das funções associadas aos programas emitidos é precisamente outra das medidas que interessa considerar para poder aferir acerca da diversidade da programação dos canais em avaliação neste relatório. Como tal, ao analisar as *funções* desempenhadas pelos programas da SIC em 2018, observa-se que a *função entreter* é claramente aquela que se destaca, estando presente em aproximadamente 70 % do tempo de emissão dos programas identificados e em 71,7 % do total de edições contabilizadas.

Informar é a segunda *função* associada aos conteúdos que a SIC oferece aos seus públicos, tendo ocupado cerca de 30% do tempo global, percentagem que desce para os 26,9 % quando se tem por referência o número de programas *informativos* transmitidos.

Já os programas que privilegiaram a função *formar* foram completamente residuais: 0,1 %, o equivalente a cerca de 4 horas de emissão no total do ano.

À semelhança do que havia sido observado em 2017, também em 2018 não foi identificado qualquer programa com a dupla função de *promover/divulgar*.

TVI

Em 2018, aproximadamente três quartos das horas de programação da TVI (73,0 %) têm como vocação *entreter* os públicos.

Informar é a segunda função com mais horas de emissão, arrecadando um quarto da duração total (25,9 %).

O tempo remanescente cumpre a função *promover/divulgar* (1,0 %).

A função formativa como objetivo central dos conteúdos difundidos diminuiu em 2018 e apresenta valores residuais (0,1 %). Em anos anteriores já se assinalara a sua baixa representação.

CMTV

Em 2018, mais de oito em cada dez das horas de programação da CMTV (80,8 %) têm como função predominante *informar* – esta função está presente não só em programas classificados no macrogénero *informativo*, mas também noutros, como exemplo programas temáticos *desportivos*, tanto de *informação* como de *comentário*.

A outra função com expressão relevante é *entreter* (19,2 %).

A função *promover/divulgar* tem uma presença residual (0,02 %), ao passo que a função *formativa* está totalmente ausente da grelha, já que não foram detetados programas aos quais esta pudesse ser associada como função predominante.

DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO DE HORÁRIO NOBRE

RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV

- Assegurar, incluindo nos **horários de maior audiência**, a difusão de uma **programação diversificada e plural**.¹⁹¹

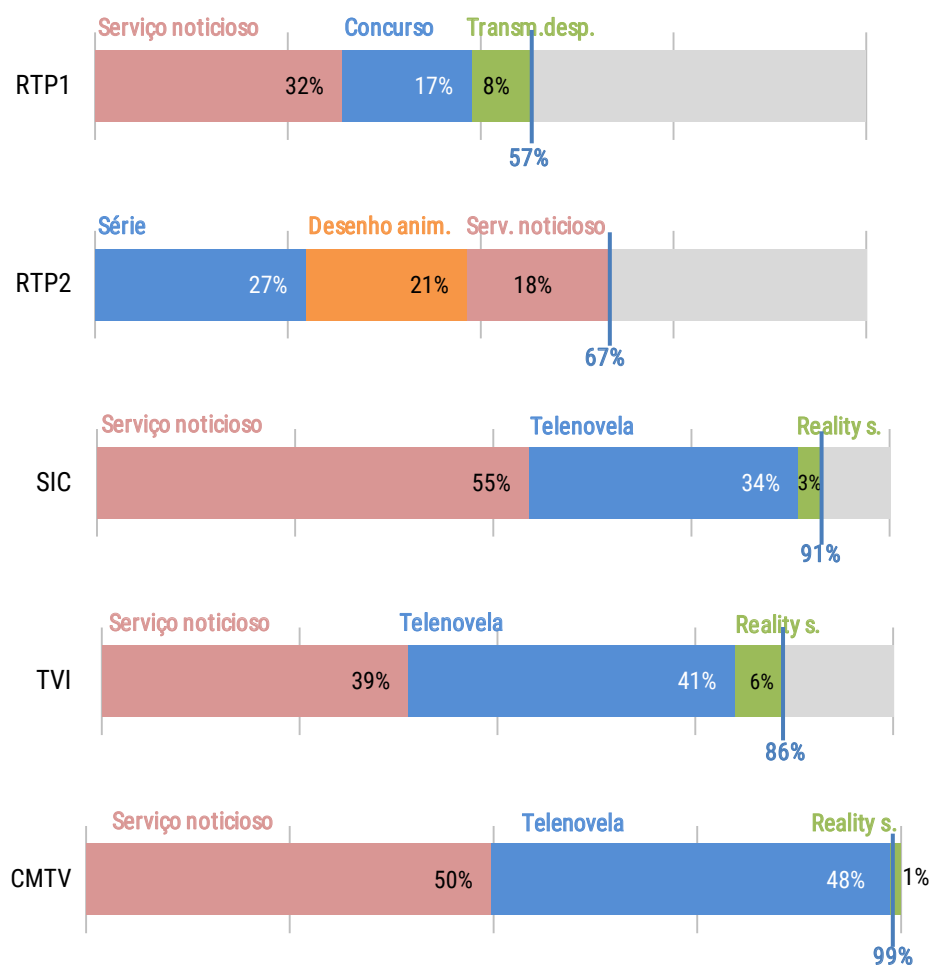
SIC e TVI

- Diversificar os géneros da programação emitida no chamado 'horário-nobre' (20h00-23h00).¹⁹²

¹⁹¹ 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).

¹⁹² Deliberação 2/2007, de 20 de dezembro, alínea o).

Fig. 3 Três géneros televisivos dominantes (duração) no horário nobre, por serviço de programas



RTP1

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 *horário nobre*, compreendido entre as 20h00 e as 22h59m59s.

Na RTP1 avaliaram-se 1114 programas cuja exibição ocorreu, totalmente ou na maioria, depois das 20 horas e antes das 23 horas, num total de 958h45m59s de emissão, distribuídos por 21 géneros – uma diversidade superior a qualquer outro dos serviços de programas analisados neste relatório.

O *serviço noticioso* – “Telejornal” – é o género mais extenso no horário nobre da RTP1, seguido dos *concursos/jogos* e, em terceiro lugar, *transmissão desportiva*.

Na análise da *função* principal associada aos conteúdos exibidos em horário nobre na RTP1, verifica-se a presença de três categorias definidas no presente estudo, com *informar* e *entretêr* a somarem a quase totalidade do tempo de emissão.

RTP2

Neste período horário, a RTP2 exibiu 3299 programas, para um total de 1009h58m25s de emissão, repartidos por 21 géneros.

Nesta faixa horária, os géneros que mais se destacam, juntos perfazendo dois terços das horas de programação, são *séries* (27,4 %), *desenhos animados* (20,9 %) e *serviços noticiosos* (18,4 %).

Na programação da RTP2 são observadas as quatro *funções* durante o horário nobre, com destaque para *entreter* (60,4 %) e *informar*, um pouco abaixo de um terço da duração total (32,3 %).

SIC

Focando a análise no horário nobre do canal (20h00-22h59), verifica-se que a SIC exibiu um total de 1029 programas dentro desse período horário, que se traduziram em 805h56m19s de emissão, distribuídos por 14 géneros televisivos distintos.

Apesar dessa aparente diversidade de géneros nessa faixa horária, é de notar que sozinho o *serviço noticioso* “Jornal da Noite” equivale a mais de metade da duração dos programas (54,5 %) nela emitidos, sendo que a *telenovela* surge como segundo género mais destacado (34 %).

Os restantes géneros identificados neste período horário têm uma representação diminuta, em muitos casos quase residual. Veja-se o *reality show*, género que surge como o terceiro mais frequente nesta franja horária e que não foi além dos 2,8 %. No caso corresponde à estreia do programa “Casados à Primeira Vista”, que entrou na grelha do canal a 21 de outubro de 2018. Com uma representação muito próxima em tempo de emissão surgiram o género *humor* (2,4 %) e as transmissões desportivas (2,0 %). A este respeito, recorde-se que a SIC conquistou os direitos de transmissão da competição futebolística Liga Europa e dividiu a transmissão do Mundial de Futebol 2018 (realizado na Rússia) com a RTP.

TVI

No horário nobre, fixado entre as 20h00 e as 23h00, a TVI exibiu 15 géneros de programação televisiva, num total de 1395 exibições para 1094h46m25s de emissão. São dois os géneros mais marcantes: *telenovelas* (41,2 %), com um incremento de cerca de cinco pontos percentuais face ao ano anterior, substituindo no primeiro lugar os *serviços noticiosos* (38,8 %). O terceiro género, *reality show*, fica-se pelos 6,1 % das horas de emissão.

O horário nobre regista um aumento de géneros em 2018 face ao ano anterior (12 e 15, respetivamente) e apenas dois – *telenovela* e *serviço noticioso* – aglutinam 80,0 % da duração das exibições, observando-se, no entanto, uma descida de cerca de oito pontos percentuais no conjunto destes dois géneros face ao ano anterior. A presença de outros géneros durante o período de horário nobre é residual, traduzindo-se assim numa concentração da oferta de horário nobre, com prejuízo da diversidade.

Neste intervalo temporal, são apenas duas as *funções* da programação: *entreter* (60,4 %) e *informar* (39,6 %).

CMTV

A CMTV deve ainda oferecer uma programação diversificada em diferentes faixas horárias, designadamente no horário nobre. Neste horário, entre as 20h00 e as 23h00, a CMTV exibiu um total de 1132h42m26s de programas, repartidas

por nove *géneros* de programação televisiva, ainda que sete tenham tido uma presença marginal – abaixo de 1 % do volume horário total. Com efeito, neste período horário, 98 % da programação da CMTV concentrou-se sobretudo em dois géneros, comentário desportivo (48,2 %) e serviço noticioso (47,9 %), traduzindo uma concentração da oferta de horário nobre, com prejuízo da diversidade.

Neste bloco horário, praticamente a totalidade dos programas emitidos tem como *função* predominante *informar* (99,3 % do tempo de programação), havendo somente a registar, com uma presença residual, a função *entretêr* (0,7 %).

DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO INFORMATIVA

RTP1

- Promover o acesso do público às manifestações culturais portuguesas e garantir a sua **cobertura informativa adequada**;¹⁹³
- Conceder especial relevo à informação, designadamente através da difusão de **noticiários, debates, entrevistas, reportagens**;¹⁹⁴
- **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**;¹⁹⁵
- **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.

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

¹⁹³ 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).

¹⁹⁴ Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 9.ª, n.º 1, alínea a).

¹⁹⁵ Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 9.ª, n.º 6, alínea a) e e).

Em 2018 foram contabilizados 1879 programas informativos, a que corresponderam 2316h42m39s de emissão, e que se distribuem por seis géneros: *magazine informativo* (o de maior duração), *serviço noticioso* (o mais frequente), *debate*, *reportagem*, *entrevista* e *edição especial*.

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 CCSVRT estabelece uma frequência mínima de três edições diárias de *noticiários*. Com 984 edições de *serviços noticiosos*, a RTP1 aproxima-se de cumprir o exigido (2,7 por dia). Se se incluir na noção de *noticiário* os *magazines informativos* diários sobre temas da atualidade, o rácio de “espaços noticiosos” corresponde aos valores impostos.

É exigida frequência semanal de emissão de programas de *debate* e *entrevista*. O “Prós e Contras” mantém-se como um dos programas que concretiza a obrigação de emissão semanal de «espaços regulares de debate, com intervenção de personalidades representativas da vida política e social portuguesa», juntando-se-lhe, os programas “Decisão Nacional” e “Fronteiras XXI”, 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 37 edições identificadas, com títulos como o “Sexta às 9” e “Linha da Frente”, concretizam este requisito.

Cumprindo a exigência de transmissão de espaços semanais de informação dedicados especificamente às instituições políticas e à promoção da cidadania, foram emitidas 18 edições do programa “Parlamento” e 27 edições de “Decisão Nacional”.

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.¹⁹⁶

Na RTP2, a informação somou 2338 programas, num total 1696h20m36s de emissão, distribuindo-se por cinco 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* representam quase três quartos da programação informativa – trata-se dos programas “Euronews”, “Jornal 2” e “Repórter África”. O outro género de informação com presença relevante é o *magazine informativo*. Com expressão residual, foram ainda emitidos em 2018 programas dos géneros *entrevista*, *comentário* e *boletim meteorológico*.

¹⁹⁶ Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 10.ª, n.º 8.

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.** ¹⁹⁷

Na sua grelha de 2018 a SIC exibiu um total de 1257 programas que se considerou serem de *informação*, sendo que, em termos de tempo global, ocuparam 1514h28m28s de emissão, correspondentes a 24,9 % do tempo total dedicado à programação desse ano. Conforme já referido, foram o segundo tipo de programas a que o canal dedicou mais tempo.

Considerando as obrigações do canal em matéria de diversidade de informação, importa começar por referir que, em 2018, foi identificada a presença de quatro géneros distintos: *serviço noticioso, magazine informativo, edição especial e debate*, de onde se infere desde logo o incumprimento em relação à emissão de programas autónomos de *entrevista*.

Relativamente aos quatro géneros identificados, é evidente que a representação desses géneros é bastante distinta, quer em termos de tempo de emissão que ocupam, quer em termos de número e frequência com que são emitidos.

Sobressai uma hegemonia esmagadora dos *serviços noticiosos*, que ocupam 98,3 % do volume horário que a SIC dedicou à informação e representam 78,4 % dos 1257 programas *informativos* que transmitiu em 2018.

O domínio dos *serviços noticiosos* reflete a presença de três noticiários na programação do canal: a “Edição da Manhã” (no horário da manhã), o “Primeiro Jornal” (às 13h00) e o “Jornal da Noite” (às 20h00). É precisamente a presença desses noticiários que faz com que o canal se aproxime do mínimo de três blocos informativos diários requeridos, mínimo que só não é cumprido porque a “Edição da Manhã” não tem transmissão aos fins de semana.

Relativamente aos restantes géneros informativos identificados autonomamente na grelha verifica-se que o segundo mais frequente foi o *magazine informativo*, que é o género de programas como “1 Minuto de Economia”, “Carro do Ano”, “Os Europeus”, “Volante” e “Primeira Página”. No total da programação informativa, esse género representou apenas 1,3% do tempo e 21,1% dos programas informativos transmitidos.

Além dos *magazines informativos*, registou-se a presença residual de cinco edições especiais e de um debate. No caso do debate refira-se que foi transmitido depois do “Jornal da Noite” no dia 22 de janeiro de 2018 e teve como tema central a controvérsia causada pelo programa televisivo “*Super Nanny*”, formato transmitido pelo próprio canal. Esse dado permite concluir que também o compromisso de apresentar em antena espaços autónomos de debate não teve seguimento.

Como se poderá confirmar numa das conclusões presentes no capítulo deste relatório que analisa a informação diária em horário nobre, os espaços de comentário tendem a surgir no alinhamento dos próprios serviços noticiosos.

¹⁹⁷ Deliberação 2/ LIC-TV/ 2007, 20 de dezembro de 2007, alíneas k) e i).

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**.¹⁹⁸

A análise específica dos géneros *informativos* na programação da TVI engloba 1446 programas, com 1587h27m51s de duração, distribuídos por cinco géneros de programação: *serviço noticioso*, *magazine informativo*, *reportagem*, *entrevista* (presença retomada em 2018), *edição especial* e *boletim meteorológico*.

Os serviços *noticiosos* e *magazines informativos* são os garantes desta categoria de programação, em duração (47,8 % e 46,9 %, respetivamente) e em número de exibições (50,5 % face a 61,1 %, em 2017, e 24,8 % face a 29,3 % em 2017). A preponderância dos dois géneros retira expressão aos restantes. A presença regular e autónoma de programas de *reportagem* representa apenas 3,2 % e de *entrevista* 1,7 % (ausente em 2017). Assinale-se que este incremento do género *reportagem* se deveu fundamentalmente à introdução do programa “SOS 24”, um programa “com imagens exclusivas, recolhidas durante as mais variadas operações das equipas que, dia a dia, garantem a segurança e o bem-estar dos portugueses”. Cinco *especiais de informação* e 188 *boletins meteorológicos* 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* – 365 edições do “Jornal da Uma”, e 365 edições do “Jornal das 8” a média diária é de duas edições/dia. Ampliando o conceito de “bloco noticioso” aos *magazines informativos* sobre a atualidade – 257 exibições de “Diário da Manhã” –, o rácio sobe para 2,7 edições de programas noticiosos diários.

Como em 2017, e em anos anteriores, 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 2018, a opção da TVI continua a ser a de integrar os dois subgéneros nos noticiários.

Ao longo do ano, a entrevista voltou a marcar presença, e foram apenas cinco as *edições especiais*, que se destinaram a debater e analisar temas prementes da atualidade.

¹⁹⁸ Deliberação 2/ LIC-TV/ 2007, 20 de dezembro de 2007, alíneas k) e i).

CMTV

- Difundir **notícias** “de **hora a hora**, 24 horas por dia”;
- “Espaços informativos diários nas áreas de **Economia e Desporto**”

Em 2018, a CMTV exibiu 4978h17m03s de programas de informação, distribuídas por sete géneros de programação.

Os *serviços noticiosos* têm clara primazia em termos de volume horário, correspondendo a mais de metade do tempo total de programação e a oito em cada dez horas (83,0 %) do tempo total de programas informativos. Nesta matéria, a CM emite diariamente blocos noticiosos com uma regularidade que se aproxima daquela descrita na grelha-tipo apresentada no seu projeto editorial. No entanto, devido às dificuldades identificadas na introdução deste capítulo em quantificar rigorosamente o número de programas emitidos por este serviço de programas, não é por enquanto possível aferir o cumprimento deste dever específico da CMTV.

Para conhecer as características da informação diária produzida por este serviço de programas, sugere-se a consulta do próximo capítulo do presente relatório.¹⁹⁹

O segundo género informativo de maior expressão na grelha da CMTV em 2018 é o *comentário* (9,4 % do volume horário).

No seu projeto, a CMTV prevê ter «total agilidade para interromper a emissão sempre que qualquer facto relevante o imponha» – orientação editorial que ajuda a explicar a profusão de *edições especiais* de informação, cuja expressão no indicador de duração total (6,2 % do tempo total de programação informativa) ultrapassa largamente a dos restantes serviços de programas, inclusive o serviço de programas temático informativo de serviço público, RTP3. Sob o género *edições especiais* figuram no alinhamento sob os títulos “Alerta CM” e “Especial CM”, que registaram 209 edições ao longo do ano.

Houve ainda a assinalar a presença de programas de *magazine informativo* (1,1 %) e, mais pontualmente, *reportagem* (0,3 %), *entrevista* (0,04 %) e *debate* (0,04 %).

Quanto a espaços informativos diários de economia e deporto, condições de emissão assumidas pela CMTV em matéria de programação informativa, verificou-se não existirem espaços diários de informação económica com relevo na grelha da CMTV. No tocante a informação desportiva, incluindo os programas de comentário, verifica-se que a CMTV cumpre a obrigação.

¹⁹⁹ ANÁLISE DA INFORMAÇÃO DIÁRIA - RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV.

DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO INFANTIL/JUVENIL

RTP1

- Garantir a produção e transmissão de **programas educativos de entretenimento** destinados ao **público jovem e infantil**, contribuindo para a sua **formação**;²⁰⁰
- **Espaços regulares** de programação **lúdica, formativa e educativa** para o público infanto-juvenil.²⁰¹

Em 2018, os programas *infantis/juvenis* são dos menos expressivos em duração na programação da RTP1, registando 1019 exibições - um número de exibições apenas superior aos programas de teor *institucional/religioso* e *desportivo* -, que totalizam 147h48m11s de emissão e repartindo-se por quatro géneros televisivos.

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 no indicador duração (representando 42,3 % dos *infantis/juvenis*), secundados pelos *educativos infantis/juvenis* (36,5 %). Em *número de programas*, estes últimos surgem no lugar cimeiro (47,4 %).

Relativamente às *funções* desempenhadas pela programação *infantil/juvenil*, *entreter* lidera, com 58 %, seguida da função *formar*, com os restantes 42 %.

Os conteúdos *infantis/juvenis* da RTP1 concentram-se exclusivamente nos alinhamentos das manhãs e dos fins de semana, estando praticamente ausentes da restante grelha.

RTP2

- Garantir a produção e transmissão de **programas educativos de entretenimento** destinados ao **público jovem e infantil**, contribuindo para a sua **formação**;²⁰²
- Deve incluir espaços **educativos** e de **entretenimento** diários, destinados ao **público infantojuvenil** e que contribuam para a sua **formação**.²⁰³

Nas grelhas de emissão da RTP2, o destaque, em volume horário e em regularidade nas grelhas de emissão, pertence aos conteúdos *infantis/juvenis*. São 16 200 programas, com 3324h27m28s de duração, repartidos por sete categorias de género.

Os espaços “Zig Zag”, habitualmente com duas exibições diárias, todos os dias da semana, e “Desalinhado”, transmitido aos dias de semana também, por regra, em dois momentos, são os principais espaços dedicados a estes públicos na programação da RTP2.

²⁰⁰ LTSAP, artigo 51.º, n.º 2, alínea d).

²⁰¹ CCSPRT, Cláusula 9.ª, n.º 9, alínea e).

²⁰² LTSAP, artigo 51.º, n.º 2, alínea d).

²⁰³ CCSPRT, cláusula 10.ª, n.º 10.

O segundo serviço de programas generalista do operador público também tem a incumbência de emitir diariamente programas educativos e de entretenimento destinados ao público infanto-juvenil e que contribuam para a sua formação. Com perto de 4700 edições e de 710 horas de programas e do género educativo *infantil/juvenil*, confirma-se o cumprimento deste dever por parte da RTP2.

Os programas de teor *educativo* representam um quinto dos conteúdos infantis/juvenis. Acima destes, os *desenhos animados* constituem mais de metade do *macrogénero* infantil/juvenil, chegando a ultrapassar um terço do total da programação do canal. Em terceiro lugar estão os programas de *ficção infantil/juvenil*. Os três géneros representam, somados, mais de nove em cada dez horas de programação infantil/juvenil, relegando para uma presença marginal os restantes géneros identificados – designadamente, *concurso/jogo infantil/juvenil*, *informação infantil/juvenil*, conteúdos do *espaço contendor* e outros conteúdos *infantis/juvenis* não enquadráveis nas categorias principais.

Entreter é a *função* dominante na duração total dos conteúdos dirigidos aos espectadores mais jovens (77,9 %); é também expressivo, ainda que inferior, o tempo dos programas em que foi identificada a função principal de *formar* (21,9 %). Também se observa a função *informar* nos infantis/juvenis da RTP2, mas com intensidade residual (0,2 %).

SIC

- Emitir **diariamente** programas dirigidos ao **público infantil/juvenil, no período da manhã ou da tarde**.²⁰⁴

Em 2018 a grelha do canal contemplou um total de 1007 programas que a ERC classificou no *macrogénero infantil/juvenil*, que se traduziram em 508h44m49s de emissão, ou seja, 8,4 % do tempo global dedicado à programação nesse ano.

No que diz respeito à diversidade desses programas em termos de géneros, identificou-se a presença de quatro distintos, embora nem todos com a mesma expressão no global.

Com efeito, entre a programação dirigida aos públicos mais jovens que mais se destacou sobressaem de imediato duas conclusões:

- Quando está em causa o tempo de emissão que lhes foi reservado pelo canal, o maior destaque vai para os programas de *ficção infantil/juvenil*, que representaram 62,4 % dos conteúdos dirigidos aos mais novos;
- Quando se considera o número de programas emitidos, verifica-se que os *desenhos animados* surgem como género infantil/juvenil mais frequente, representando 49,3 % do total dos 1007 programas, muito a par com a *ficção infantil/juvenil* que representa 41,3 % desses conteúdos. Em termos de tempo de emissão, embora os *desenhos animados* surjam como segundo género mais destacado corresponderam somente a 28,4 % do tempo de emissão destinado a esta programação.

Relativamente aos géneros dos restantes programas reservados a este segmento observa-se que tiveram uma presença bastante mais tímida quer em termos de tempo de emissão, quer em número de programas. Ao longo de 2018 foram identificadas 28 conteúdos identificados como *educativo infantil/juvenil* (correspondentes a episódios dos

²⁰⁴ Deliberação 2/ LIC-TV/ 2007, 20 de dezembro de 2007, alínea m).

programas “Rita conta tudo” e “As aventuras espaciais do Jet”) e 26 conteúdos classificados como *telenovela infantil/juvenil* (correspondentes a episódios da telenovela “Lua Vermelha”, já exibida pelo canal em anos anteriores).

Em tempo de emissão dedicado a estes públicos, os programas classificados como tendo género educativo não foram além dos 0,5 %, correspondentes a 02h41m40s no total do ano.

Além desses géneros, é ainda de referir que, em 2018, entra na grelha SIC o programa “K Cena”, que conforme refere a sinopse no site do canal, é «assente numa lógica e estética que recriam a forma como os mais novos partilham conteúdos entre si: através das redes sociais e dos dispositivos móveis.» Pelo seu formato, esse programa foi classificado como *outro género*.

Em linha com essa caracterização dos géneros infantis/juvenis dominantes na grelha de 2018, observa-se que a função *entretêr* é quase totalitária, sendo a principal função associada a 99,5 % dos programas transmitidos pelo canal especificamente para este público. A espelhar a representação residual dos conteúdos *educativos* observa-se que a função *formar* se ficou igualmente pelos 0,5 %.

No que diz respeito a obrigações específicas deste serviço de programas em relação à programação infantil/juvenil, recorde-se que a SIC a deve exibir diariamente, durante as manhãs ou às tardes.

Ora, os dados apontam para uma evidente concentração destes conteúdos no período da *manhã*: das 508h44m49s reservadas a este tipo de programas, 429h16m15s foram transmitidas no período horário que vai das 06h00 às 12h59. Além disso é de notar que a quase totalidade do tempo de emissão desta programação ocupa a grelha do canal aos sábados e domingos (426h37m58s do total das 508h44m49s).

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. A programação existente nesses dias resume-se à *ficção infantil/juvenil* que o canal transmite em períodos do ano em que os mais novos estão de férias escolares, como o Natal ou a Páscoa.

TVI

- Emitir **diariamente** programas dirigidos ao **público infantil/juvenil, no período da manhã ou da tarde**.²⁰⁵

A TVI incluiu 588 programas *infantis/juvenis* na sua programação de 2018, face a 782 em 2017, num total de 417h38m35s de emissão, que se distribuíram por três géneros televisivos.

A *ficção infantil/juvenil* regista um forte acréscimo representando 96,5 % dos conteúdos para os públicos mais novos face a 63,6 % em 2017, tendência que já se vinha a verificar em anos anteriores. Seguem-se os *desenhos animados* (0,3 %) onde se regista uma descida muito acentuada (0,3 %, em 2018, face a 27,3 %, no ano anterior) devido ao desaparecimento do programa “Winx Clube”, sem substituição por espaço regular de desenhos animados, em 2018. As *telenovelas infantis/juvenis*, que em 2017 tinham já uma presença de apenas 5,3 %, não têm qualquer presença em 2018.

²⁰⁵ Deliberação 2/ LIC-TV/ 2007, 20 de dezembro de 2007, alínea m).

A programação *infantil/juvenil*, que se concentrou em exclusivo na função *entretener* em 2017, apresenta em 2018, com um peso residual de 0,2 % a função *formar*, com duas exibições do programa “*Curious George*”. Regista-se assim um empobrecimento de géneros dirigidos a este público.

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 *ficção infantil/juvenil* (em exclusivo aos domingos), tendo, ainda e em exclusivo a *ficção infantil/juvenil* expressão durante as manhãs dos dias de semana, e registando-se, face a 2017 o desaparecimento das *telenovelas infantis/juvenis*.

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 109 dias, menos 11 que em 2017.

CMTV

A exibição de programas educativos e de entretenimento destinados ao público jovem e infantil não é obrigação específica da CMTV, visto não constar do seu projeto editorial autorizado pela ERC e uma vez que a Lei da Televisão não prefigura deveres específicos nessa matéria.

Com efeito, a CMTV não exhibe qualquer programação especificamente dirigida ao público infantil/juvenil. No entanto, verificou-se que são emitidos em horários de grande audiência do público infantil, designadamente o período matinal ao fim de semana, alguns programas de entretenimento adequados para essa faixa etária (por exemplo, o programa de *infotainment* “Hora de Estimação”).

DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO CULTURAL/CONHECIMENTO

RTP1

- Transmissão de **programas de carácter cultural**;²⁰⁶
- Espaços regulares de difusão de **documentários originais**, focando a realidade **social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística portuguesa** ²⁰⁷;
- 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 ²⁰⁸;
- 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 ²⁰⁹.

A RTP1 exibiu 1027 programas enquadrados nos culturais/conhecimento, distribuídos por seis géneros e 683h19m13s de emissão/ano.

Em 2018, os *documentários* são os mais relevantes, ocupando perto de um terço das horas da categoria, seguindo-se *espetáculos e humanidades*.

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, estimule a criatividade e promova o 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 2018, os programas de *informação cultural* – “Janela Indiscreta” e “Todas as Palavras” –, somam 103 exibições e 44h15m42s 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 171 espetáculos, superando a regularidade mensal exigida.

²⁰⁶ Deliberação CCSVRT, cláusula 9.ª, n.º 1, alínea c).

²⁰⁷ CCSVRT, cláusula 9.ª, n.º 6, alínea f).

²⁰⁸ CCSVRT, cláusula 9.ª, n.º 9, alíneas a) a d).

²⁰⁹ CCSVRT, cláusula 9.ª, n.º 10, alíneas b) a d).

RTP2

- Compreende uma programação de **forte componente cultural e formativa**, aberta à **sociedade civil**;²¹⁰
- 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 este²¹¹;
- 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 público²¹²;
- Conceder particular relevo na sua programação ao princípio da **inovação**, privilegiando a **criatividade**, a **originalidade** e o **sentido crítico** ²¹³;
- 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 programação²¹⁴.

A RTP2 exibiu 4062 programas classificados como *culturais/conhecimento*, correspondendo a 1969h04m14s 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, em segundo lugar na grelha, tanto em volume horário como em frequência de emissões – o que os distingue dos outros serviços de programas generalistas em análise.

²¹⁰ CCSPT, cláusula 10.ª, n.º 1.

²¹¹ CCSPT, cláusula 10.ª, n.º 2.

²¹² CCSPT, cláusula 10.ª, n.º 3.

²¹³ CCSPT, cláusula 10.ª, n.º 4.

²¹⁴ CCSPT, cláusula 10.ª, n.º 5.

SIC

- Contemplar na sua programação os **interesses gerais e diversificados do público**, incluindo grupos minoritários, étnicos, religiosos, **culturais** e sociais²¹⁵;
- 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**.²¹⁶

Na análise à grelha de programas da SIC de 2018, contabilizaram-se 478 programas (7,2 % do total de 6660 programas emitidos no ano) que se classificaram como fazendo parte do *macrogénero cultural/conhecimento*, sendo que em termos de diversidade de géneros foram identificados cinco diferentes. Em tempo de emissão esses programas corresponderam a um total de 304h20m11s, isto é, 5 % do tempo global de programação do ano.

A propósito da diversidade dos programas culturais e de conhecimento da SIC é importante começar por notar uma diferença relativamente a anos anteriores e que se prende com o facto do género *Ciência* surgir como o mais destacado: em número de programas representou 35,8 % deste tipo de programação e tendo por referência o tempo de emissão por ela ocupada atinge uma representação de 42 %.

Ora, é importante sublinhar que este é um dado que resulta única e exclusivamente do facto de se ter optado por classificar o programa “Dr. Saúde”, formato que o canal estreou nesse ano, nesse género televisivo. É, no entanto, de observar que este é um programa que, conforme refere a sinopse disponível na página oficial do serviço de programas, é «um *talk show*» que «através do entretenimento, de uma forma lúdica e divertida» se propõe «contribuir para aumentar a literacia em saúde, melhorar comportamentos e envolver a família em torno destas questões». Ou seja, apenas considerando o seu formato, este programa poderia ter sido classificado no *macrogénero entretenimento*, o que iria acentuar a hegemonia que a SIC confere à programação de entretenimento. Optou-se por classificá-lo em “Ciência”, precisamente atendendo aos objetivos do programa, que utiliza um formato geralmente conotado com o entretenimento como forma de chegar aos públicos para os informar.

De acrescentar que a forte expressão do programa “Dr. Saúde” na representação dos programas classificados no *macrogénero cultural/conhecimento* está relacionada com o facto de este ser um programa que foi transmitido diariamente (de segunda a sexta-feira a partir das 18h00), entre 26 de fevereiro e 3 de outubro de 2018, num total de 136 edições, com 35 reexibições nos meses de julho e agosto, no período da manhã (nesse caso com início entre as 8h00 e as 9h00).

O segundo género de programação cultural e de conhecimento mais destacado na grelha da SIC foi o *documentário*, que, em tempo de emissão, representou 32,1 % do tempo dedicado a essa programação. Em terceiro, surge a *informação cultural (magazines culturais)*, com 19,5 %, representação quase idêntica à que esse género atinge quando considerado o número de programas *culturais/conhecimento*, ou seja 22 % dessa programação, enquanto os *documentários* se ficam pelos 27 %.

²¹⁵ 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 e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

²¹⁶ 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 e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

Quanto aos programas com género *educativo* observa-se que tiveram uma presença muito residual. Corresponderam a programas de pouco mais de um minuto, cuja duração total somada foi de apenas 01h17m20s. Ou seja, a representação deste género na grelha da SIC não foi além dos 0,4 % da programação de cultura e conhecimento do canal.

No que diz respeito às principais funções que se associam aos programas de cultura/conhecimento identificados na grelha da SIC conclui-se que em 84,7 % dos casos valorizou sobretudo a função *informar*. Identificaram-se dez *espetáculos* (correspondentes a 2,1 % dos programas deste tipo) cuja função principal que lhes está associada é a de entreter e 63 exposições de programas educativos (equivalentes a 13,2 % de programas *culturais/conhecimento*) com função principal de contribuir para *formar* os públicos.

A propósito da formação e informação dos públicos, é importante lembrar que essa é uma obrigação da SIC. Enquanto serviço de programas generalista, é exetável que o faça, nomeadamente 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.

Contrariamente à tendência observada em anos anteriores, que apontava o fim de semana como o período semanal privilegiado para a emissão da programação cultural e de conhecimento, em 2018, sobretudo devido ao programa “Dr. Saúde”, passou a apresentar 54,7 % do tempo de emissão dedicado aos programas de cultura e conhecimento durante a semana e 45,3% aos fins de semana, sendo que no caso dos fins de semana esse é um tempo ocupado sobretudo pelos documentários “O nosso Mundo” e “Vida Selvagem”, ambos transmitidos no período da manhã antes da hora de almoço, o primeiro ao sábado e o segundo ao domingo.

TVI

- Contemplar na sua programação os **interesses gerais e diversificados do público**, incluindo grupos minoritários, étnicos, religiosos, **culturais** e sociais²¹⁷;
- 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**²¹⁸.

Em 2018, a TVI exibiu 356 programas de cultura/conhecimento, que somaram 58h24m04s de emissão, correspondendo a quatro géneros televisivos: *artes e media* (78,0 %), *educativo* (6,7 %), *espetáculo* (13 %) e *informação/magazine cultural* (1,9 %).

A introdução dos programas “Minuto Seguro” e “NIT” é responsável pelo acentuado incremento do número de programas de *cultura/conhecimento* e dá ao género *educativo* o predomínio dos conteúdos culturais, cuja função

²¹⁷ 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 e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

²¹⁸ 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 e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

principal é formar, empurrando as 56 edições semanais do programa “Autores”, no género *artes e media*, do primeiro lugar, em 2017, para o segundo lugar dos conteúdos culturais, cuja função principal é *informar*, em 2018. Quatro espetáculos partilham a função *entretêr* (“Concerto A Herdeira”, com reexibição, “Grande Corrida 25.º Aniversário TVI” e “Marco Paulo, as Nossas Canções”). A *tarde* é o período horário de eleição destes conteúdos, uma vez mais devido ao programa “Minuto Seguro”, continuado a noite/madrugada como o período de exibição do programa “Autores”, em média a partir da 00h47m, à quinta e sexta feira.

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 2018, à semelhança do ano anterior, evidenciam uma diversidade muito reduzida de conteúdos de índole cultural e formativa na programação anual da TVI.

CMTV

- Promover “os novos valores portugueses, exibindo em estreia **documentários, novas bandas e peças de teatro**”.

Aos operadores de televisão é 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.

Em 2018, a CMTV exibiu 76h40m47s de emissão, correspondendo a dois géneros televisivos: *ciência e documentário*. Este volume horário não chega a representar 1 % do tempo total de programação deste serviço de programas, o que é claramente uma presença marginal. Mais de metade deste tempo corresponde à emissão do programa “Falar Global”.

Ainda que não impendam sobre a CMTV deveres relativos ao horário de exibição destes programas, verificou-se que a noite/madrugada é o período horário de eleição destes conteúdos, frequentemente após as 02h30, o que reforça a secundarização dos conteúdos relacionados com a cultura e de conhecimento na grelha da CMTV.

Acresce que é obrigação específica da CMTV, conforme estipulado no seu projeto editorial aprovado pela ERC, «[p]romover os novos valores portugueses, exibindo em estreia documentários, novas bandas e peças de teatro»²¹⁹ e que não foram identificados espaços autónomos desta natureza na programação emitida em 2018 por este canal.

Estes resultados evidenciam uma diversidade muito reduzida de conteúdos de índole cultural e formativa na programação anual da CMTV em 2018, tendo esta ficado aquém das suas obrigações específicas nesta matéria.

²¹⁹ Deliberação 6/AUT-TV/2012, de 24 de outubro de 2012 (Pedido de autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas televisivo generalista de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura denominado Correio da Manhã TV).

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

RTP geral (RTP1 e RTP2):

- Fornecer uma **programação variada e abrangente**, que promova a **diversidade cultural** e tenha em conta os **interesses das minorias**;²²⁰
- Garantir a transmissão de **programas de carácter cultural, educativo e informativo** para públicos específicos, incluindo os que compõem as **diversas comunidades imigrantes em Portugal**;²²¹
- A possibilidade de **expressão e debate** das **diversas correntes de opinião, designadamente** de natureza política, **religiosa** e cultural;²²²
- Fornecer uma **programação variada, diferenciadora e abrangente**, que **promova a diversidade cultural e tenha em conta os interesses das minorias**;²²³
- 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**;²²⁴
- Emitir programas destinados especialmente aos portugueses residentes fora de Portugal e aos **nacionais de países de língua portuguesa**;²²⁵
- Ceder **tempo de emissão às confissões religiosas**.²²⁶

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 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**.²²⁷

²²⁰ Deliberação 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).

²²¹ 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).

²²² Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 4.ª, n.º 2, alínea f).

²²³ CCSPRT, cláusula 6.ª, n.º 2, alínea a).

²²⁴ CCSPRT, cláusula 6.ª, n.º 2, alínea f).

²²⁵ CCSPRT, cláusula 6.ª, n.º 2, alínea k).

²²⁶ CCSPRT, cláusula 6.ª, n.º 2, alínea n).

²²⁷ 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 e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

RTP1

Em 2018, a RTP1 exibiu 76 programas de promoção da diversidade cultural e dos interesses de grupos minoritários residentes no território nacional, que somaram 9h56m07s de emissão.

Esses programas/títulos foram os seguintes: apenas uma edição de “Consigo” e 74 edições dos desenhos animados educativos “Paula” (no contendor “Zig Zag”).

Verifica-se uma diminuição de três para um título face ao ano anterior, se considerarmos que apenas foi feita uma exibição do programa “Consigo”, tendo, apesar disso, aumentado significativamente o número de exibições e mantido a duração.

RTP2

Em 2018, a RTP2 mantém-se como o 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 913 exibições, o equivalente a 290h08m35s de emissão. Nos últimos dois anos, ainda que haja a registar aumentos no número de emissões, tem-se observado o recuo sucessivo no total de horas de emissão.

Os programas identificados distribuem-se por sete géneros de programas: *religioso, serviço noticioso, espetáculo, documentário, institucional, filme/telefilme, humanidades e educativo infantil/juvenil*.

Os espaços dedicados a confissões religiosas são os mais destacados na programação dirigida a grupos minoritários e a promover a diversidade (53,7 % do tempo total de emissão destes programas), sendo “A Fé dos Homens” o programa que, com periodicidade diária, mais concorre para a promoção da diversidade cultural na vertente da religião, como é dever do segundo serviço de programas generalista.²²⁸ Conforme se pode ler no site do operador, “A Fé dos Homens” é um «espaço dedicado às diferentes religiões reconhecidas em Portugal e instituídas através de uma Igreja própria»²²⁹.

O serviço noticioso “Repórter África” ocupa a segunda maior parcela nos programas que respondem de modo mais direto às exigências de diversidade social e cultural na programação da RTP2, com 260 edições deste *serviço noticioso*, num total de 114h49m32s.

SIC

Como forma de verificar o cumprimento pela SIC da sua obrigação de refletir os interesses gerais e diversificados do público na sua programação, incluindo grupos minoritários, étnicos, religiosos, culturais e sociais, foram identificados os programas que têm essa finalidade entre os seus principais objetivos.

Concluiu-se que a SIC manteve a exibição do *magazine informativo* semanal “Etnias”, aos sábados, cerca das 06h00. O programa teve 52 apresentações em antena e somou 29h18m51s de emissão anual, para uma média de pouco mais de 33 minutos por edição.

Além desse *magazine informativo*, é de referir que em 2018 o canal estreou na sua grelha a exibição do *talk show* “Alô Portugal”, programa destinado às comunidades portuguesas no estrangeiro exibido há vários anos na SIC *Internacional*.

²²⁸ LTSAP, art.º 54º.

²²⁹ <https://www.rtp.pt/programa/tv/p1115> (consultado a 31 de maio de 2019).

No total do ano, este programa contabilizou um total de 74h07m51s. Embora tenha tido estreia a um domingo (5 de agosto de 2018) passou a ser exibido aos dias de semana no período da manhã, cerca das 9h15m.

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, com a reintrodução da exibição semanal do *magazine informativo* “Todos Iguais”, à segunda-feira, pelas 06h30, assinala-se em 2018 a retoma de programação destinada especificamente a grupos minoritários.

CMTV

A exibição de programação que visem especificamente promover a diversidade cultural e os interesses de grupos minoritários não é uma obrigação específica do serviço de programas CMTV.

Da análise realizada, não se identificou qualquer espaço autónomo de programação especificamente vocacionado para esse propósito.

PRINCIPAIS CONCLUSÕES

RTP1 e RTP2

A RTP1, como principal serviço de programas generalista do operador público de televisão, exhibe uma programação que se distribui fundamentalmente por três grandes macrogéneros – entretenimento, informativos e também ficção – enquanto a RTP2 complementa aquele serviço com uma programação em que os conteúdos infantis/juvenis têm o maior peso, seguidos de informação e, em terceiro lugar, programas de pendor cultural/conhecimento.

A difusão de programação diversificada e plural em horários de maior audiência integra o rol das obrigações gerais dos serviços de programas generalistas. Novamente em 2018 se verificou que a RTP1 e a RTP2 são os serviços de programas que oferecem maior diversidade de conteúdos neste horário.

Quanto aos programas informativos, a RTP1 cumpriu os requisitos em matéria de emissão diária de três blocos de noticiários, emissão semanal de programas de *debate* e *entrevista* e quinzenal de programas de *grande reportagem*.

Ambos os serviços de programas apresentam conteúdos para corresponder às quatro *funções* televisivas previstas na análise. De entre todos os serviços de programas generalistas, é na RTP2 que a função formar tem expressão horária mais destacada. A RTP2 assegura, como é sua obrigação, espaços de informação diários que tratem matérias da atualidade nacional, regional e internacional, nomeadamente culturais.

É também a RTP2 que assegura a grande parcela das incumbências relativas à formação e ao entretenimento dos públicos infantis e juvenis.

Em matéria de programação de cultura e conhecimento, a RTP1 cinge-se sobretudo a *informação cultural* e *documentários*. Já na programação da RTP2, os programas de *cultura/conhecimento* estão entre os mais valorizados

na grelha – apresentando-se assim como uma alternativa à programação cultural oferecida pelos outros serviços de programas, em harmonia com as exigências que se lhe aplicam.

A RTP2 destaca-se como o 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.

Apreciados estes elementos gerais da programação da RTP1 e da RTP2, considera-se que, em 2018, 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 preceituada no contrato de concessão em vigor.

SIC

Apreciados estes elementos gerais caracterizadores da grelha de programas da SIC, considera-se que, em 2018, as opções de programação do canal apenas parcialmente são coerentes com os requisitos exigidos a um serviço de programas generalista de um operador licenciado para o exercício da atividade televisiva.

Com efeito, apesar de ter contemplado um total de 27 géneros distintos, é inegável a concentração da programação da SIC em apenas três e o facto de alguns estarem muito pouco representados.

Considerando que 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), cumpre:

- Notar que se os programas que visam *informar* tiveram presença garantida em 30 % da programação da SIC, no caso de programas que privilegiem a função de formar os públicos seria desejável maior investimento, já que a oferta identificada é completamente residual sendo clara preponderância da função entreter;
- Realçar a evidente falta de diversidade de géneros televisivos no preenchimento do *horário nobre*. Com efeito, ao considerando apenas os dois mais destacados – *serviços noticiosos* e *telenovelas* – verifica-se que ocuparam cerca de 89 % do tempo da programação destinada a essa franja horária.

TVI

Apreciados estes elementos gerais da programação da TVI, considera-se que, em 2018, as opções de programação são apenas 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, 29 no total, ainda que alguns géneros estejam muito pouco representados e, em contrapartida, os conteúdos de *entretenimento* tenham uma projeção clara na programação da TVI, destacando-se em número e tempo de emissão.

A elevada concentração do tempo de emissão de horário nobre em dois géneros – telenovela e serviço noticioso afeta a diversidade pretendida também neste horário.

A TVI fica próxima do cumprimento da obrigação de emissão de três serviços noticiosos diários – com um rácio de 2,7 programas emitidos por dia, considerando na sua contabilização não só os noticiários como os magazines informativos diários. Mais distante da meta a que está obrigada no domínio da informação, a TVI continuou a não

emitir semanalmente debates e entrevistas como espaços autónomos de programação, continuando a optar por integrar os dois subgéneros nos noticiários.

A TVI tem a obrigação de emitir diariamente conteúdos *infantis/juvenis*, de manhã ou de tarde. Porém, verificou-se que esta emissão, ainda que regular (sobretudo aos fins de semana), não é diária, já que só aconteceu em 109 dias de 2018.

Limitada é também a expressão na grelha da TVI de programas de índole cultural e formativa e, mais ainda, a de programas vocacionados para os grupos minoritários e a promoção da diversidade social e cultural.

CMTV

Apreciados estes elementos gerais da programação da CMTV, considera-se que, em 2018, as opções de programação são apenas parcialmente coerentes com os requisitos de um serviço de programas generalista de cobertura nacional de oferecer uma programação diversificada e plural, incluindo nos horários de maior audiência.²³⁰ Com efeito, as características da programação emitida pela CMTV em 2018 aproximam-se mais do perfil de grelha de um serviço de programas temático informativo.

Os conteúdos de informação têm uma clara predominância na grelha da CMTV, como preconizado na sua autorização. Ainda assim, como serviço de programas generalista, cabe à CMTV apresentar uma programação diversificada e dirigida à globalidade do público, pelo que cumpre assim sublinhar a sub-representação ou ausência de alguns géneros de programas, conforme identificado acima.

3. DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO DO SERVIÇO DE PROGRAMAS TEMÁTICO INFORMATIVO DA RTP

- **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.**²³¹

Em 2018 a RTP3 emitiu um total de 13 403 programas, correspondentes a um tempo de emissão de 8298h15m37s.

²³⁰

²³¹ 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.

Diversidade e (macro)géneros dos programas emitidos

Quanto à diversidade da programação que compôs a grelha da RTP3 verifica-se que foram identificados programas que podem ser classificados em cinco das sete grandes categorias de *macrogéneros* consideradas na avaliação efetuada pela ERC: *informativo*; *cultural/conhecimento*; *desportivo*; *entretenimento*; *institucional/religioso*.

Conforme seria exetável atendendo a vocação informativa deste canal temático do operador de serviço público a maior parte da grelha é composta por programas informativos, conclusão que se verifica quer quando se analisa o tempo de emissão que lhes foi dedicado, quer o número de programas emitidos.

Em tempo de emissão os programas classificados como informativos representaram 79,3 % dos conteúdos do canal (correspondentes a 6577h18m45s) e em número de programas emitidos representaram 64,8 % (equivalentes a 8680 programas).

Quando analisada a diversidade desses programas a um nível micro, isto é, ao nível dos diferentes *géneros informativos* identificados, sobressai que os *serviços noticiosos* continuam a ser claramente o *género* mais destacado na programação da RTP3, uma vez mais quer em tempo de emissão (46,4 % do tempo global), quer em número de programas emitidos (40,1 % do total de programas do ano).

Ao todo, foram identificados 26 programas que se classificam como *serviços noticiosos*, sendo que aqueles que ocuparam mais tempo na grelha do canal foram o “Notícias 18/20”, o “24 horas” e o “Jornal das 12”.

Também é de salientar que os *magazines informativos* surgem como o segundo género mais destacado na programação da RTP3, uma vez mais quer atendendo ao tempo de emissão que ocupam (17,9 %), quer considerando o número de programas que somaram (15,5 %). Neste caso, é de referir que o resultado relativo ao tempo de emissão dedicado a este género informativo se fica a dever sobretudo ao programa “Bom dia Portugal”, cujas 365 edições equivaleram a um total de 1011h47m02s, ou seja, 12,2 % do total de 8298h15m37s emitidas em 2018.

Sobretudo pelo tempo de emissão que ocuparam (11,3 %) é ainda de destacar o género informativo *debate*. Foram identificados 741 programas de *debate*, que se traduziram em 935h52m38s de emissão, sendo de destacar a influência do programa “360°” para este resultado.

Géneros como a *reportagem* e a *entrevista* também surgiram autonomamente na grelha deste canal informativo, embora a representação de cada um deles não tenha chegado aos 2 % do tempo anual reservado à programação em geral.

Ainda no que diz respeito aos programas de *género informativo* é de notar que os espaços autónomos de *comentário* (sem considerar neste resultado o *comentário desportivo* que é uma categoria de análise específica) tiveram uma representação residual na grelha da RTP3, não indo além dos 0,3 % (correspondente a 22h45m12s) do tempo global ocupado pela programação anual. Por sua vez, as edições especiais ficaram nos 0,7 % (60h27m21s).

Colocando o foco nos restantes *macrogéneros* identificados na grelha da RTP3 verifica-se que o segundo que mais se destaca é o *cultural/conhecimento*, que ocupou 11 % do tempo global da programação do canal em 2018 e que, quando considerado o número de emissões de programas englobados nessa categoria, chega aos 22,6 % do total de programas emitidos pelo canal. Com uma percentagem relativamente próxima em tempo de emissão surgem os programas classificados como *desportivos*, que representaram 8,4 % do tempo global.

No que diz respeito à programação de *cultura e conhecimento* do canal verifica-se que foram identificados programas de seis géneros distintos, embora os que ocuparam mais tempo na grelha tenham sido a *informação cultural (magazines culturais)* e os *documentários*.

Já no caso da programação *desportiva* é de notar que ainda que em número de programas o género *informação desportiva* seja aquele que se destaca, quando se considera o tempo de emissão como medida de representação dos géneros identificados conclui-se que a *informação desportiva* e o *comentário desportivo* tiveram exatamente a mesma, isto é, cada um ocupou 3,6 % do tempo global da programação anual. Em relação a este dois géneros importa sublinhar que estes resultados só refletem a sua presença enquanto programas autónomos, isto é, não englobam a *informação desportiva* e os espaços de *comentário desportivo* que surgem inseridos nos *serviços noticiosos*. Com efeito, a este respeito é de notar que muitos dos noticiários deste canal têm momentos quase exclusivamente dedicados ao desporto em que participam comentadores desportivos.

Relativamente aos restantes programas da RTP3 inseridos nas categorias *entretenimento e institucional/religioso* observa-se que tiveram representações completamente residuais em termos de tempo de emissão (o primeiro de 1,2 % e o segundo não chegar sequer aos 0,1 %).

Diversidade e funções da programação

Devido à natureza informativa deste serviço de programas, não surpreende que 96,6 % do total de horas da programação do canal privilegiaram a função *informar*. Ainda assim, 1,8 % foi destinado à função *entretener* e 1,6 % à função *formar*. No caso dos programas destinados a formar os públicos é de referir a estreia do programa educativo “Risco e Prevenção”, uma rúbrica de cerca de três minutos que ensina regras sobre a prevenção de diversos riscos.

Os serviços noticiosos regionais “Telejornal Açores” e “Telejornal Madeira” continuaram a ter transmissão 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». É, contudo, de notar que a hora de emissão destes serviços noticiosos se manteve no período noite/madrugada e início da manhã, facto que evidencia que, apesar do cumprimento formal do requisito contratual, estes programas são relegados para uma faixa horária em que há expectativa de menor audiência.

Outra continuidade da grelha da RTP3 a assinalar em termos de diversidade da programação são os programas vocacionados para a atualidade do continente africano, nomeadamente os serviços noticiosos “África 7 Dias”, “Repórter África” (2.ª edição) e “Zoom África” e o *magazine informativo* “África Global”, produzidos em colaboração com as redações da RTP sediadas nesse continente.

4. METODOLOGIA

A análise contempla o universo das grelhas de programas de 2018 dos três serviços do operador público de televisão – RTP1, RTP2 e RTP3 – e dos três operadores licenciados SIC, TVI e CMTV, com o modelo de análise a alicerçar-se nos dois conceitos operativos já referenciados – género televisivo e função da programação.

Por **géneros** entende-se as diferentes tipologias de programas (*i.e.*, 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 identificação dos géneros televisivos faz-se a dois níveis. Um primeiro nível abrange sete grandes categorias de conteúdos (macrogéneros): informativo, desportivo, ficção, infantil/juvenil, entretenimento, cultural/conhecimento e institucional/religioso.

Os sete macrogéneros mencionados subdividem-se em 39 categorias de género. 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 programa televisivo a partir do seu conteúdo 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 da emissão.

O **corpus** da análise é recolhido das bases de dados da Markdata, Mediamonitor/Markttest, com apoio no *software* YUMI. 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 eliminação destas grelhas 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 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 são 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 cinco serviços de programas generalistas de âmbito nacional – RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV –, 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.

Apresenta-se abaixo a grelha de classificação de programas quanto ao *género* televisivo.

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. São programas de índole jornalística, sob a alçada da direção de informação. Desta categoria estão excluídos programas informativos temáticos que possam ser classificados em macrogéneros específicas (p. 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 compreende conteúdos de *informação desportiva* (que se subdivide em vários géneros, incluído o comentário) e *transmissão* de eventos desportivos.

Ficção: programas vocacionados para o entretenimento dos públicos, compreendendo a emissão de obras cinematográficas ou televisivas de ficção.

Infantil/juvenil: programas que, dentro de vários géneros e formatos televisivos, tenham em comum a vocação de entreter, informar ou formar os públicos infantis/juvenis.

Entretenimento: programas que prosseguem como vocação predominante proporcionar momentos de entretenimento aos públicos, sob alçada das direções de programas, nos quais se inclui, entre outros, o género *infotainment* (programas que reproduzem formatos característicos dos géneros informativos, mas cuja intenção principal é o entretenimento dos públicos).

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 especificamente dedicados à formação dos públicos (educativos).

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 da responsabilidade de entidades públicas, privadas ou outras organizações da sociedade civil, os espaços de direito de antena, bem como as celebrações litúrgicas.

A figura seguinte apresenta a grelha de classificação dos programas televisivos a dois níveis – macrogéneros e géneros. A figura estabelece ainda uma correspondência entre *géneros* televisivos e *funções* – uma correspondência *indicativa*, pois é na fase de análise de media que se atribui a cada programa a *função* predominante, considerando a finalidade que mais se destaca.

Fig. 4 - Grelha de classificação de géneros televisivos e relação com funções

Macrogénero / Género	Funções
Informativo	
Serviço noticioso	Informar
Reportagem	
Debate	
Entrevista	
Comentário	
Edição especial	
<i>Magazine</i> informativo	
Boletim meteorológico	
Desportivo	
Informação desportiva	Informar
Transmissão desportiva	Entreter
Resumo desportivo	Informar
Comentário desportivo	Informar
Ficção	
Filme/telefilme	Entreter
Série	
Telenovela	
Infantil/juvenil	
Desenho animado	Entreter
Concurso/jogo infantil/juvenil	
Ficção infantil/juvenil	
Telenovela infantil/juvenil	
Educativo infantil/juvenil	Formar
Informação infantil/juvenil	Informar
Espaço contentor	Entreter
Outro (infantil/juvenil)	
Entretenimento	
Concurso/jogo	Entreter
<i>Reality show</i>	
Variedades	
<i>Talk show</i>	
Humor	
<i>Infotainment</i>	
Outro (entretenimento)	
Cultural/conhecimento	
Artes e <i>media</i>	Informar; Formar
Humanidades	
Ciência	
Documentário	Entreter
Espetáculo	
Educativo	
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	
Institucional/religioso	
Institucional	Informar; Formar; Promover/divulgar
Religioso	Promover/divulgar

ANÁLISE DOS SERVIÇOS NOTICIOSOS DE HORÁRIO NOBRE DA RTP1, RTP2, SIC, TVI E CMTV

1. VISÃO GLOBAL

O presente capítulo tem como principal objetivo analisar o cumprimento dos deveres de **pluralismo e diversidade** pelos serviços de programas generalistas RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV, através da aplicação da metodologia de análise que a ERC tem vindo a desenvolver desde 2007 aos noticiários de horário nobre. Assim, tal como no capítulo referente à verificação das obrigações de rigor, isenção e proteção de públicos sensíveis na informação diária, os dados apresentados são resultantes do visionamento de **30 edições de cada um dos serviços noticiosos, emitidas em 2018**, que se traduzem no seguinte número de conteúdos:

- “Telejornal”, da RTP1 - 659 peças;
- “Jornal 2”, da RTP2 - 327 peças;
- “Jornal da Noite”, da SIC - 767 peças;
- “Jornal das 8”, da TVI - 862 peças;
- “CM Jornal 20H”, da CMTV - 962 peças.

Quanto à estrutura, começa-se por fazer uma síntese do **enquadramento legal e deontológico** que norteia a verificação das obrigações feita pela ERC e que esteve na base da criação das variáveis/indicadores que suportam as análises que são realizadas anualmente.

Segue-se, a esse enquadramento, a **apresentação de alguns dos principais resultados apurados**.

Saliente-se ainda que este capítulo é uma abordagem sumária referente ao **relatório detalhado que será divulgado autonomamente** no sítio eletrónico desta Entidade Reguladora.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL E DEONTOLÓGICO

A. As obrigações em apreciação neste capítulo estão previstas no **artigo 7.º dos Estatutos da ERC**, relativo aos objetivos da regulação:

- **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. No que diz respeito ao disposto na **Lei da Televisão**²³², foi verificado o objetivo da atividade de televisão exposto no **artigo 9.º**:

- «Promover a cidadania e a participação democrática e respeitar o pluralismo político, social e cultural», alínea c) do n.º 1.

²³² 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.

Do mesmo documento, são consideradas as obrigações gerais dos operadores no **artigo 34.º**:

- «Assegurar a difusão de uma informação que respeite o pluralismo, o rigor e a isenção», **alínea b) do n.º 2**;
- «Garantir uma programação e uma informação independentes face ao poder político e ao poder económico», **alínea c) do n.º 2**.

Assim como, consideram-se as obrigações específicas da concessionária do serviço público de televisão apresentadas no **artigo 51.º**:

- «Promover o acesso do público às manifestações culturais portuguesas e garantir a sua cobertura informativa adequada», **alínea b) do n.º 2**;
- «Proporcionar uma informação isenta, rigorosa, plural e contextualizada, que garanta a cobertura noticiosa dos principais acontecimentos nacionais e internacionais», **alínea c) do n.º 2**.

C. Serão ainda tidos em consideração os deveres dos jornalistas, definidos no **Estatuto do Jornalista**²³³, no **artigo 14.º**:

- «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**;
- «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**.

OPERADOR DE SERVIÇO PÚBLICO

D. No caso dos **serviços de programas do operador de serviço público (RTP1 e RTP2)**, também serão contemplados os elementos contidos no **Contrato de Concessão**, respeitantes tanto ao rigor como à diversidade:

- «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**;
- «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**;
- «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**;
- «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**;
- «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**²³⁴.

²³³ 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.

²³⁴ 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>

OPERADORES PRIVADOS

E. No que se refere aos serviços de programas generalistas com emissão em sinal aberto (SIC e TVI), para além das obrigações genéricas, são ainda consideradas aquelas que decorrem dos projetos apresentados 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»²³⁵ e a SIC com a «emissão de informação não apenas política»²³⁶.

F. Já o serviço de programa generalista do cabo em análise, a CMTV, explicita que «emana do Jornal que lhe dá título [...] assentará num formato popular, mas não populista, apresentando uma informação equilibrada que cubra todas as áreas de interesse da audiência»²³⁷.

3. APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS

Os princípios associados aos conceitos de diversidade e de pluralismo estão previstos na legislação do setor dos *media*. Os dois conceitos surgem muitas vezes associados ou como sinónimos, o que implica 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, no sentido de variedade política, social e cultural, constitui um dos valores fundacionais da democracia, sendo com base nessa dimensão que se orienta a presente análise. As dimensões apreciadas no presente relatório são as seguintes:

- Diversidade e pluralismo temático;
- Diversidade e pluralismo geográfico nacional;
- Diversidade e pluralismo geográfico internacional;
- Diversidade e pluralismo de fontes de informação;
- Diversidade e pluralismo de atores.

A tabela seguinte apresenta os aspetos avaliados e os indicadores correspondentes.

²³⁵ Deliberação 2/LIC-TV/2012, página 11, Obrigações que resultam das licenças e obrigações supervenientes.

²³⁶ Deliberação 1/LIC-TV/2012, página 11, Obrigações que resultam das licenças e obrigações supervenientes.

²³⁷ "Memória Justificativa do Pedido de Autorização Para o Exercício da Atividade de Televisão" da CMTV, julho de 2012.

Critérios e indicadores utilizados na verificação do pluralismo e diversidade

Critérios de verificação	Principais variáveis
<ul style="list-style-type: none"> Difusão de uma informação que respeite o pluralismo Promoção da cidadania e participação democrática e respeito pelo pluralismo político, social e cultural 	Tema dominante Enfoque geográfico <ul style="list-style-type: none"> A. Especificação do enfoque geográfico nacional B. Especificação do enfoque geográfico internacional
<ul style="list-style-type: none"> Diversificação das fontes de informação 	Fonte de informação
<ul style="list-style-type: none"> 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 	Ator principal Nacionalidade do ator principal Sexo do ator principal

DIVERSIDADE E PLURALISMO TEMÁTICO

A análise da informação diária de horário nobre evidencia uma concentração, pelo total do número de peças, no tema dominante ordem interna, pelo contributo do “CM Jornal 20h”, da CMTV, e no “Jornal das 8”, da TVI.

Nos outros operadores, as temáticas dominantes mais frequentes nos blocos noticiosos das 20/21 horas são: *política nacional*, *desporto* (exceto no “Jornal2”, sendo o terceiro tema nos jornais SIC e da TVI) e *sistema judicial* (terceiro no jornal da CMTV, quarto no da TVI, quinto no da SIC, sexto no da RTP1 e sétimo no da RTP2).

A *política internacional* é o segundo tema mais presente nos alinhamentos do “Jornal2”, da RTP2, o que é característico da sua orientação editorial. O “Jornal 2” distingue-se ainda pelo *desporto* estar ausente dos alinhamentos analisados nesta amostra, sendo a *cultura* o terceiro tema mais frequente.

A *política nacional* predomina nos blocos dos canais do operador de Serviço Público analisados, RTP1 e RTP2, e no “Jornal da Noite”, da SIC, e é o segundo no “Jornal das 8”, da TVI. Nas edições do “CM Jornal 20h” da amostra de 2018, a *política nacional* é um tema que equivale a um sexto do mais frequente.

A *ordem interna* é o segundo tema no “Jornal da Noite”, da SIC, num número de peças equivalente às sobre *desporto*; é o terceiro no “Telejornal”, da RTP1 e é o quarto no “Jornal 2”, da RTP2.

Analisado por subtemas do macro tema *política nacional*, estão mais presentes as *atividades da Presidência da República*, as *atividades/propostas dos partidos políticos*, as *ações governativas/Estado*, as *políticas laborais* e o *orçamento do Estado*.

O *desporto* concentra-se na cobertura dos jogos de *futebol* das equipas da Primeira Liga e dos clubes europeus, em que jogam futebolistas e treinadores portugueses, e no Mundial de Futebol 2018, na Rússia. As *irregularidades* referem-se aos clubes de *futebol*; à saída de Bruno de Carvalho da presidência do Sporting e ao processo judicial na sequência do ataque aos jogadores e treinador em Alcochete. A cobertura das *restantes modalidades desportivas* é residual.

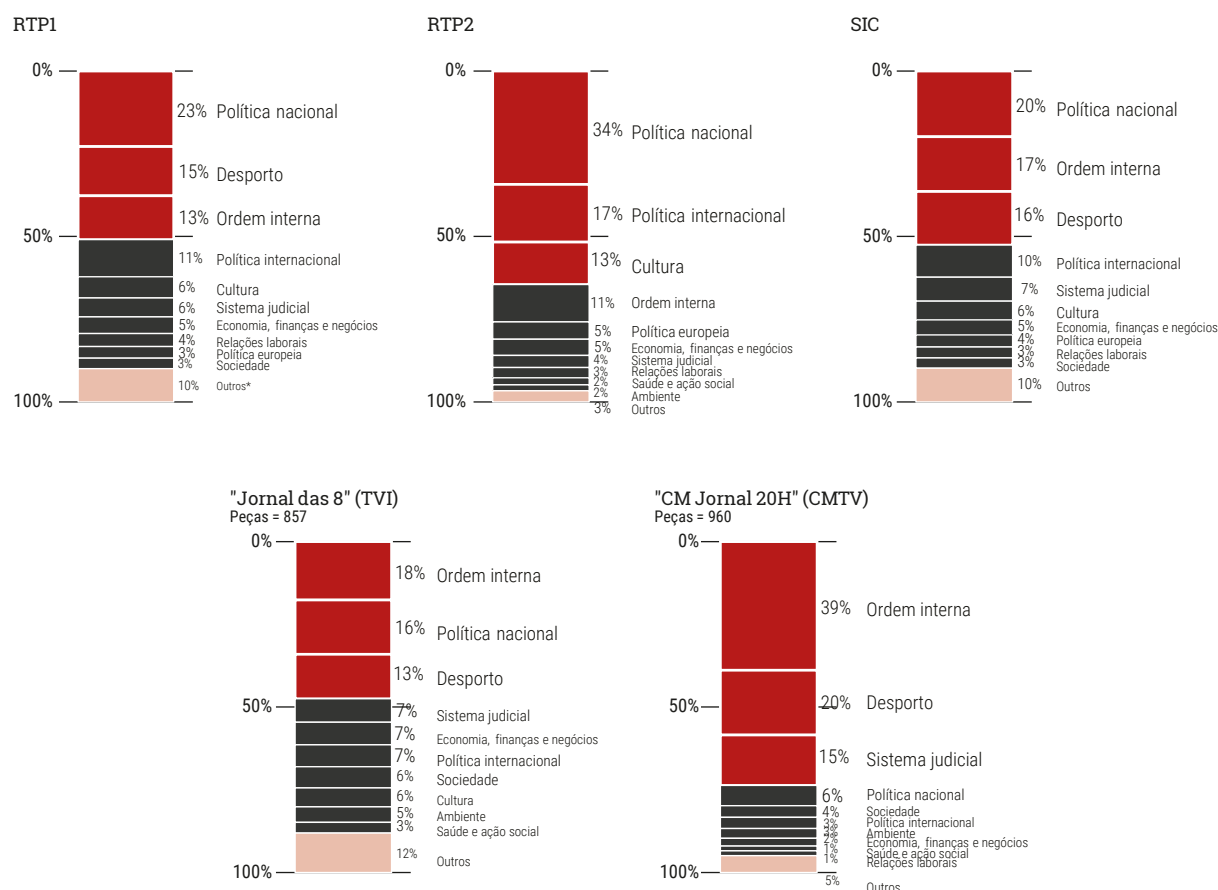
O *sistema judicial* corresponde à cobertura de *casos de justiça*, sobretudo pela CMTV, como os que envolvem políticos, designadamente a operação Marquês, em que José Sócrates, *ex-Primeiro-Ministro* é arguido. Além da CMTV, também o “Jornal da Noite”, da SIC, transmitiu vídeos dos interrogatórios do Ministério Público ao antigo governante.

Outros casos de *justiça* mediatizados foram a operação Fizz, com a separação do processo contra o antigo vice-Presidente de Angola, Manuel Vicente; o alegado reaparecimento de armas e de material bélico no paiol de Tancos e a suspeita de que o ministro da Defesa teria conhecimento; bem como o interrogatório do Ministério Público ao antigo presidente do Sporting, Bruno de Carvalho, acerca do ataque a Alcochete, cuja intensa cobertura pelo bloco da CMTV esta amostra reflete.

A *política internacional* surge na amostra de 2018, primeiro através de *ações governativas/Estado* da Presidência de Donald Trump, nos Estados Unidos da América (EUA); de João Lourenço, em Angola, e de Jair Bolsonaro, no Brasil. A cobertura de *atentados* e *terrorismo* centra-se no ataque de Trèbes, em França, mas também em Moçambique, no Irão e no Egito. As *eleições políticas internacionais* cobrem a campanha no Brasil, e as *relações diplomáticas*; a *intermediação* dos EUA na cimeira para o desmantelamento do centro de testes nucleares da Coreia do Norte, a par dos contextos político-sociais da Venezuela e de Angola, e das comemorações do armistício, em França.

A *cultura* corresponde sobretudo a peças que divulgam a agenda de eventos de artistas e criadores em Portugal (em Lisboa e no Porto) e que abordam o *património cultural*, desde a gastronomia, festas e romarias até à cobertura de achados e da situação de monumentos da história de Portugal.

Fig. 1 - Temas dominantes



DIVERSIDADE E PLURALISMO GEOGRÁFICO NACIONAL

A maioria das peças dos noticiários cobre acontecimentos ocorridos ou com alcance no território nacional. Apesar de haver referências às diferentes regiões de Portugal, as *Regiões Autónomas dos Açores* e a *da Madeira* surgem

num número residual de peças e o *Algarve* e o *Alentejo* são as terceira e quarta zonas menos representada nestes telejornais.

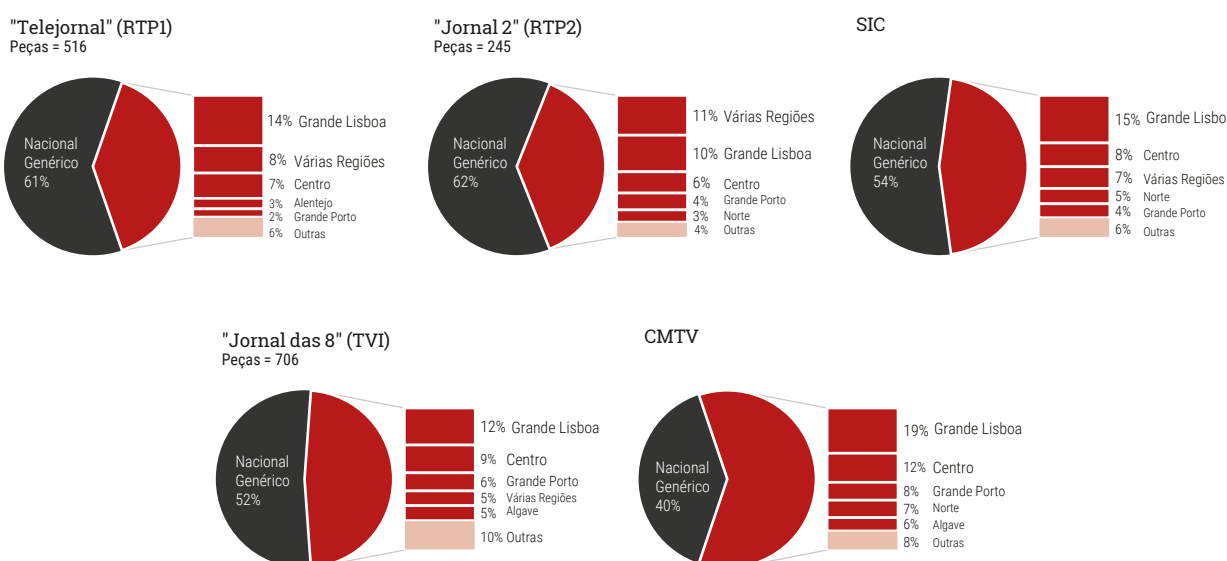
Verifica-se que predomina o que acontece ou é relacionado com a região da *Grande Lisboa*, sendo este subtotal de peças cerca do dobro do referido a *várias regiões de Portugal* e ao *Centro*, no caso da CMTV.

A *Grande Lisboa* é mais associada aos temas do *desporto*, da *ordem interna*, da *política nacional*, do *sistema judicial* e da *cultura*, e respetivos subtemas: *futebol* e *irregularidades*; *restantes crimes* e *formas de violência*, *acidentes* e *catástrofes*, *manifestações/reivindicações/protestos não laborais* e *atividades policiais*; várias políticas setoriais do Governo; *casos de justiça* e *artes* e *eventos culturais*.

Em 2018, os noticiários dos operadores privados, sobretudo o da CMTV, dão destaque a peças relacionadas com a região *Centro* e com as do *Norte* e do *Grande Porto*. A região *Centro*, mais em peças sobre crimes de *violação/violência sexual* e de *violência doméstica*, e o *Norte* e o *Grande Porto*, sobretudo através da cobertura de *acidentes* e *catástrofes* e *restantes crimes* e *formas de violência*.

Os *Açores*, a *Madeira*, o *Alentejo* e o *Algarve*, menos representados nos telejornais de horário nobre, por ordem crescente do total de peças, surgem dispersos pelas *atividades de Governos* e *órgãos regionais*, pelos *casos de justiça* e pelos jogos de *futebol* nas Ilhas e, naquelas regiões continentais, na *ordem interna*; sobretudo através de *acidentes* e *catástrofes* e de *incêndios*.

Fig. 2 - Especificação do enfoque geográfico nacional



DIVERSIDADE E PLURALISMO GEOGRÁFICO INTERNACIONAL

As peças dos noticiários sobre acontecimentos ocorridos ou referidos ao território internacional correspondem a menos de metade daquelas sobre Portugal e destacam países do *continente europeu* e, em segundo lugar, do *americano*. Trata-se de peças sobre *desporto* (jogos e prémios de *futebol*), *ordem interna* (*acidentes* e *catástrofes*, sobretudo na Europa; *restantes crimes* e *formas de violência* e *atividades policiais*), *política internacional* (*atentados*

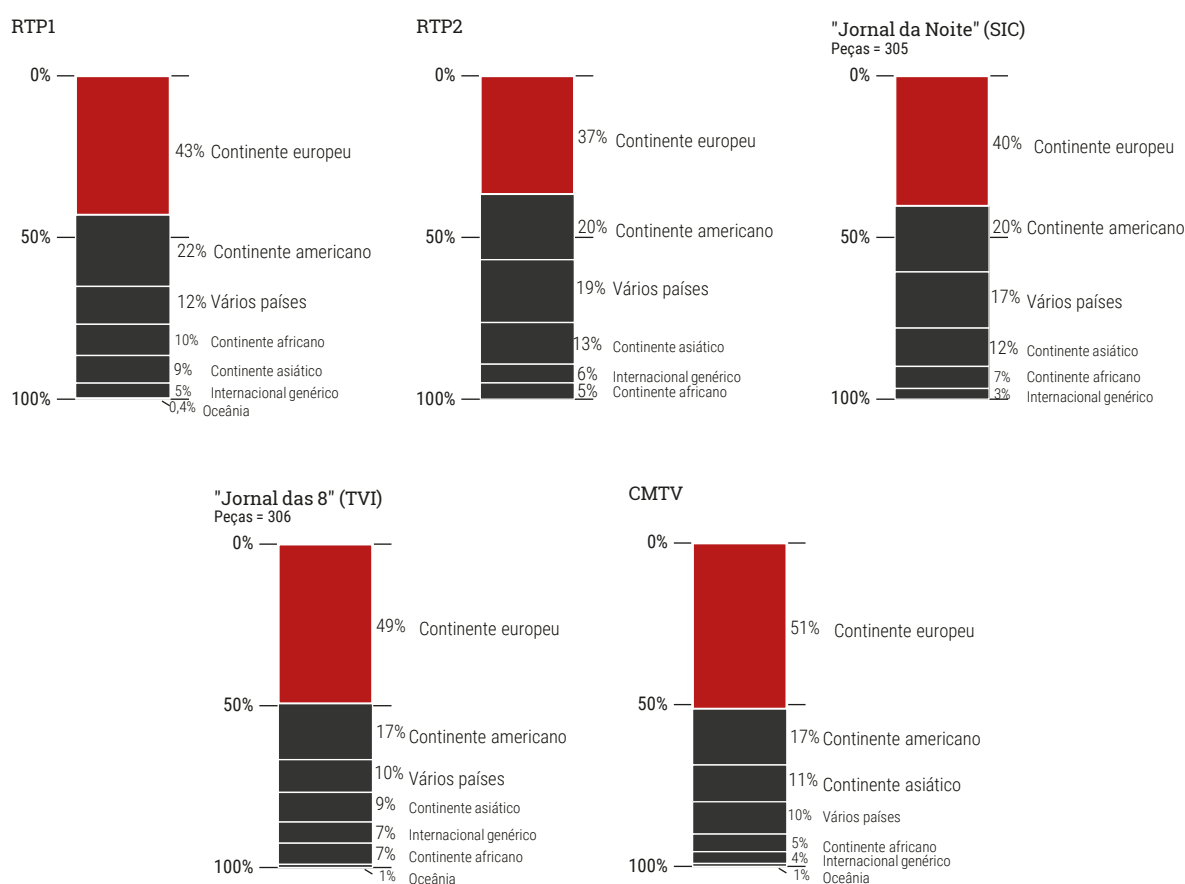
e terrorismo; eleições políticas internacionais e ações governativas/Estado, estas últimas, ambas no continente americano), e da política europeia (atividades das instituições da UE e ações governativas/Estado dos países da UE).

As peças com referência a vários países surgem na terceira posição, exceto no “CM Jornal 20h” e no “Telejornal”, da RTP1, onde constam em quarto e quinto lugares, neste último superado pela cobertura do continente africano. Os vários países surgem nas notícias sobre temas de política internacional (relações diplomáticas e atividades de organizações internacionais) e do desporto (futebol).

A Ásia está presente através de temas da ordem interna (acidentes e catástrofes) e da política internacional (ações governativas/Estado e conflitos armados).

Os enfoques geográficos menos representados na amostra de 2018 são o internacional genérico, o continente africano e a Oceânia.

Fig. 3 - Especificação do enfoque geográfico internacional



DIVERSIDADE E PLURALISMO DE FONTES DE INFORMAÇÃO

Há uma concentração das fontes nos macro temas da política nacional, sociedade e ordem interna, seguidos por comunidade internacional e desporto, e distribuídas de forma diferente em cada bloco noticioso. As fontes da economia, finanças e negócios predominam sobre as da cultura nos blocos dos operadores privados.

As fontes da *política nacional* são as mais veiculadas, pela informação de horário nobre do Serviço Público e pelo “Jornal da Noite”, da SIC, enquanto no “Jornal das 8”, da TVI, predominam as da *sociedade*, seguidas pelas da *política nacional* e da *ordem interna*, e no “CM Jornal 20h”, as da ordem interna, da *sociedade*, do *desporto*, do *sistema judicial* e da *política nacional*.

Entre as fontes da *política nacional*, as mais presentes, por ordem decrescente, são os *partidos políticos da oposição parlamentar* (através dos seus presidentes, secretários-gerais e coordenadores, deputados e líderes parlamentares); o *Governo* (Primeiro-ministro e ministros), e o *Presidente da República, Marcelo Rebelo de Sousa*.

As fontes da *sociedade* são as mais veiculadas no “Jornal das 8”, da TVI, e as segundas; no “Telejornal”, da RTP1, no “Jornal da Noite”, da SIC e no “CM Jornal 20h”. No “Jornal2”, da RTP2, representam a terceira origem da informação. As fontes predominantes da *sociedade* são: os cidadãos adultos, os *moradores/habitantes*, os membros de *família* e de *movimentos cívicos/humanitários*.

As fontes da *ordem interna* são as mais veiculadas no “CM Jornal 20h” e as terceiras mais frequentes no “Jornal das 8”, da TVI. O “Telejornal”, da RTP1, reserva-lhes o sexto lugar e o “Jornal2”, da RTP2, e o “Jornal da Noite”, da SIC; o sétimo lugar. Esta origem da informação distribui-se sobretudo pelos representantes dos *bombeiros/Proteção Civil* e os das *forças de segurança*, enquanto as *vítimas* e as *testemunhas* são as menos auscultadas das fontes da *ordem interna*.

As fontes da *comunidade internacional* – um dos contextos menos representados nos telejornais do horário nobre português –, identificam-se com o perfil editorial do Serviço Público: no “Jornal2”, da RTP2, são as segundas mais presentes, e no “Telejornal”, da RTP1, as terceiras. Nos privados “Jornal da Noite”, da SIC, e no “CM Jornal 20h” ocupam a oitava posição e no “Jornal das 8”, da TVI, a décima. A *comunidade internacional* é a proveniência da informação sobretudo via *representantes de Estado e de Governos estrangeiros* e de *organizações internacionais*.

As fontes do *desporto* são as terceiras no “Jornal da Noite”, da SIC, e no “CMTV Jornal 20h”, as sextas no “Jornal das 8”, da TVI, e as oitavas no “Telejornal”, da RTP1. O “Jornal2”, da RTP2, não regista fontes de informação do desporto, o que se explica pela orientação editorial deste bloco noticioso de não cobrir esta área da atualidade.

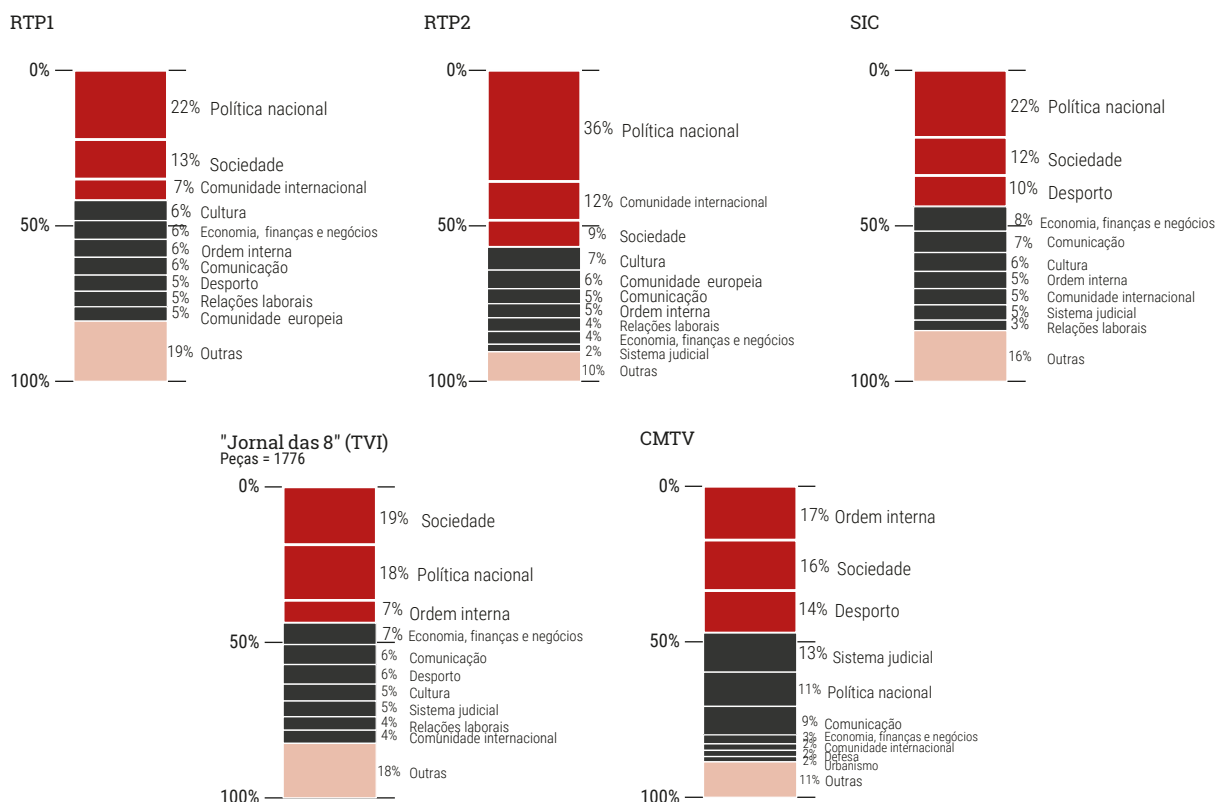
O *desporto* como origem da informação concentra-se nos futebolistas, treinadores e presidentes dos clubes de futebol da Primeira Liga (Benfica, Sporting e Porto), seguido pelos seus *associados/grupos de adeptos*, sendo as *organizações/federações desportivas*, as menos auscultadas. 2018 foi ano de Mundial de Futebol, o que se relaciona com uma parte das fontes ser agrupada em *seleções nacionais* – ainda que remeta para várias modalidades, centra-se no *futebol*.

A orientação editorial do “Jornal 2” favorece que a categoria de fontes da *cultura* seja a quarta mais frequente; pelas *entrevistas* em estúdio a *artistas e outros criadores, público de eventos culturais/atividades de lazer* e a *promotores/representantes de organismos culturais* e pelas notícias de agenda e sobre espetáculos. A mesma quarta posição das fontes da *cultura* surge no “Telejornal”, da RTP1, só em peças noticiosas sobre artistas e espetáculos, correspondendo as mesmas à sexta posição no “Jornal da Noite”, da SIC; à sétima, no “Jornal das 8”, da TVI e à 11.ª no “CM Jornal 20h”.

As fontes da *economia, finanças e negócios* – sobretudo os representantes de *pequenas e médias empresas e empresários em nome individual*, seguidos pelos de *grandes empresas e grupos económicos* e pelos das *associações empresariais* – representam as quartas mais presentes, no “Jornal da Noite”, da SIC e no “Jornal das 8”, da TVI; a quinta no “Telejornal”, da RTP1, a sétima no “CM Jornal 20h”, e a nona no “Jornal 2”, da RTP2.

Por fim, refira-se o *sistema judicial* e a *comunicação*; duas proveniências da informação que distinguem estes blocos de horário nobre.

Fig. 4 - Áreas de fontes



Nota: Esta análise integra apenas as peças com fontes de informação atribuídas e tem em conta as cinco fontes principais. Não se consideram as peças com registo comentário/opinião e debate.

DIVERSIDADE E PLURALISMO DE ATORES

A generalidade das peças dos telejornais de horário nobre é personalizada e, apesar de haver diversidade, os *atores principais* concentram-se na *política nacional*, também em acontecimentos de outros contextos (exceto no "CM Jornal 20h" em que está em quarto lugar); do *desporto* (menos no bloco do "Jornal2") e da *ordem interna* (em quinto lugar neste bloco). Num patamar intermédio, do total de peças, estão os protagonistas do *sistema judicial* (que nos blocos da CMTV, da SIC e da TVI sobressaem, em terceiro, quinto e sexto lugares, respetivamente).

Os *atores principais da comunidade internacional* salientam-se no "Jornal 2", da RTP2, em segundo lugar, e "Telejornal", da RTP1, e "Jornal da Noite", da SIC, em quarto lugar; quinto lugar no "Jornal das 8", da TVI, e em sexto lugar no "CM Jornal 20h". O protagonismo da *sociedade* equipara o "Telejornal", da RTP1, e os três blocos dos operadores privados, sobretudo no "Jornal das 8", da TVI, enquanto no "Jornal 2", da RTP2 são dos mais raros.

Os *Ministros* e o *Primeiro-Ministro*, o *Presidente da República* (em menor proporção no “Jornal 2”) e os *secretários-gerais* e *presidentes dos partidos* são os protagonistas da *política nacional* mais frequentes em quase todos os telejornais. Excetua-se o “CM Jornal 20h”, em que aquelas quatro subcategorias são residuais, o que resulta da menor presença da *política nacional* neste operador.

No *desporto*, os futebolistas e treinadores dos clubes da Primeira Liga são os que protagonizam a informação diária, em detrimento dos profissionais das *restantes modalidades* e dos *dirigentes desportivos*, estando Bruno de Carvalho, presidente do Sporting, ou já destituído do cargo, mais presente na amostra de 2018.

Na *ordem interna*, as vítimas da queda de um helicóptero do INEM – os pilotos, o médico e a enfermeira, e de atos terroristas; os *representantes dos bombeiros e da Proteção Civil* e os *suspeitos de crimes e atos ilícitos*, homicídios e de agressões e de espionagem, são os protagonistas representados num maior número de peças.

Os *atores principais do sistema judicial* ganham relevo na amostra de 2018 pelo destaque que lhes é dado no bloco das 20 horas da CMTV; através dos *envolvidos em processos judiciais* que já eram figuras públicas; como o futebolista Cristiano Ronaldo, acusado de violação, o antigo dirigente do Sporting, Bruno de Carvalho, ao ser associado ao ataque no centro de treino de Alcochete, pelas forças policiais, os arguidos da Operação Fizz e Vasco Brazão, que era portavoz da Polícia Judiciária Militar, ao tempo do desaparecimento de material do paiol de Tancos. O *ex-Primeiro-Ministro* José Sócrates, arguido da Operação Marquês, ainda que sob a categoria dos *atores principais da política nacional*, relaciona-se com este protagonismo.

Os *protagonistas da comunidade internacional* salientam-se em relação aos da *comunidade europeia* no horário nobre, através dos *representantes de Estado e de Governo estrangeiros* e só depois dos *representantes de Estado e de Governo dos países-membros* e dos *representantes de organizações da União Europeia*.

Os *atores principais da sociedade* destacam-se pelo relevo dado aos *cidadãos comuns adultos* e aos *moradores/habitantes*.

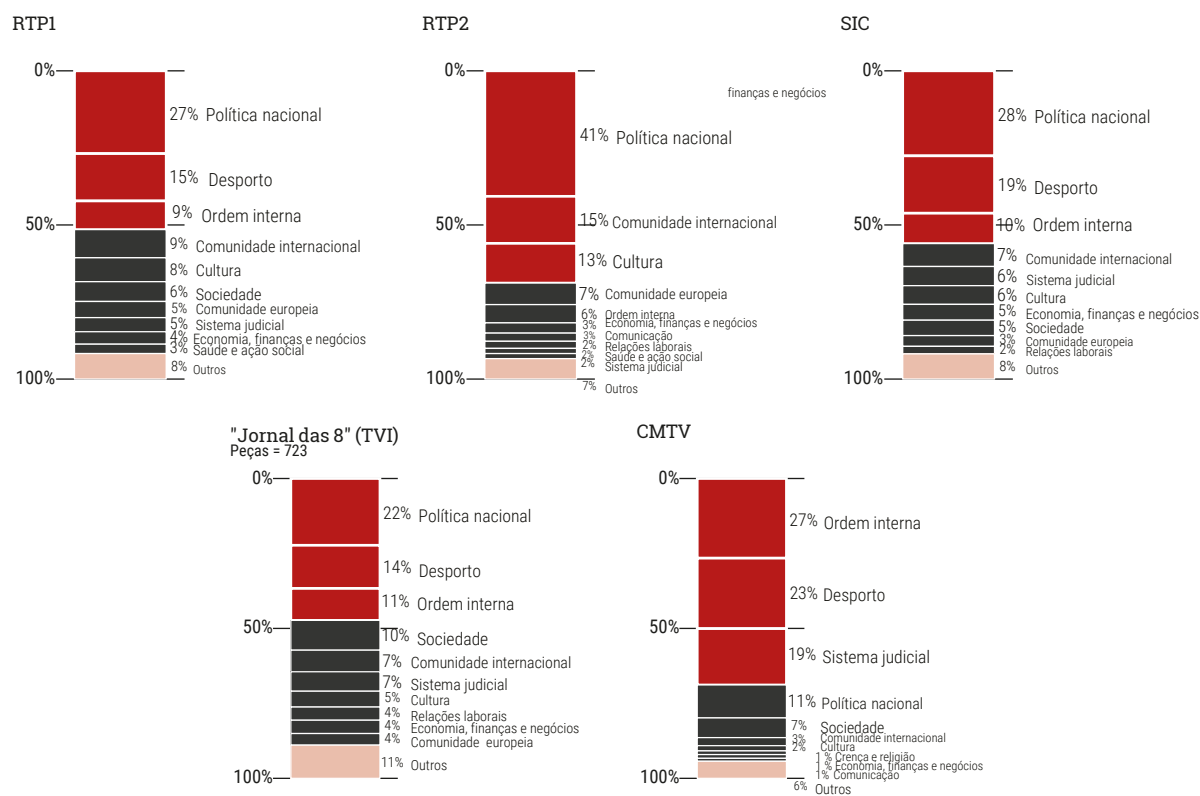
A análise pela *nacionalidade* e *sexo* dos protagonistas revela que, nos telejornais das 20/21 horas, estes são sobretudo homens portugueses; futebolistas e treinadores, *ministros* e o *Primeiro-ministro*, intercalados pela cobertura de casos de *justiça*; os *envolvidos em processos judiciais* e, da *política nacional*, o *Presidente da República*.

As protagonistas mulheres – nacionais e estrangeiras – são uma minoria na amostra de 2018, e são sobretudo integradas nas subcategorias de *vítimas*, de *secretários-gerais* e *presidentes dos partidos* e de *artistas* e *outros criadores*.

Nas peças em que o protagonismo é partilhado por pessoas de *ambos os sexos* corresponde a *vítimas* e a *cidadãos comuns adultos*.

Os estrangeiros que protagonizam as peças dos telejornais de horário nobre são sobretudo *atletas* e *técnicos desportivos* a trabalhar em clubes portugueses e europeus; as *vítimas* de terrorismo no Médio Oriente e em França e, entre os *artistas* e *outros criadores* europeus, predominam os do Reino Unido e os dos EUA.

Fig. 5 - Áreas de atores



Nota: Esta análise integra apenas as peças em que se identificam atores.

RIGOR, ISENÇÃO E PROTEÇÃO DE PÚBLICOS SENSÍVEIS NA INFORMAÇÃO TELEVISIVA DIÁRIA DE SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS

1. VISÃO GLOBAL

O presente capítulo do relatório tem como principal objetivo analisar o cumprimento dos deveres de **rigor, isenção e proteção de públicos sensíveis** pelos serviços de programas generalistas RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV, através da aplicação da metodologia de análise que a ERC tem vindo a desenvolver desde 2007 aos noticiários de horário nobre. Assim, tal como no capítulo referente à verificação das obrigações de pluralismo e diversidade na informação diária, os resultados apresentados são resultantes do visionamento de **30 edições de cada um dos serviços noticiosos, emitidas em 2018**, que se traduzem no seguinte número de conteúdos:

- “Telejornal”, da RTP1 - 659 peças;
- “Jornal 2”, da RTP2 - 327 peças;
- “Jornal da Noite”, da SIC - 767 peças;
- “Jornal das 8”, da TVI - 862 peças;
- “CM Jornal 20H”, da CMTV - 962 peças.

Quanto à estrutura, começa-se por fazer uma síntese do **enquadramento legal e deontológico** que norteia a verificação das obrigações realizada pela ERC e que esteve na base da criação das variáveis/indicadores que suportam as análises que são realizadas anualmente.

Segue-se, a esse enquadramento, a **apresentação de alguns dos principais resultados apurados**.

Saliente-se ainda que este capítulo é uma abordagem sumária referente ao **relatório detalhado que será divulgado autonomamente** no sítio eletrónico desta Entidade Reguladora.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL E DEONTOLÓGICO

A. As obrigações em apreciação neste capítulo estão previstas no **artigo 7.º dos Estatutos da ERC**, designadamente:

- **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»;
- **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».

B. 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».

C. A Constituição da República Portuguesa estabelece:

- 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**;
- A. «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**.

D. No que diz respeito ao disposto na **Lei da Televisão**²³⁸, foi verificado o disposto no **artigo 9.º**:

- 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**;

Assim como, são consideradas a obrigações gerais dos operadores no **artigo 34.º**:

- «Assegurar a difusão de uma informação que respeite o pluralismo, o rigor e a isenção», **alínea b) do n.º 2**;
- «Garantir uma programação e uma informação independentes face ao poder político e ao poder económico», **alínea c) do n.º 2**.

Consideram-se ainda as obrigações específicas da concessionária do serviço público de televisão apresentadas no **artigo 51.º**:

- «Proporcionar uma informação isenta, rigorosa, plural e contextualizada, que garanta a cobertura noticiosa dos principais acontecimentos nacionais e internacionais», **alínea c) do n.º 2**.

E. Também 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 respeito pelas normas éticas da profissão e antecedidos de uma advertência sobre a sua natureza.

F. Além da lei setorial, considera-se relevante ponderar os «*deveres fundamentais dos jornalistas*» previstos no **Estatuto do Jornalista**, nomeadamente os descritos nas seguintes alíneas do **n.º 1 do artigo 14.º**:

- **Alínea a)** «informar com rigor e isenção, rejeitando o sensacionalismo e demarcando claramente os factos da opinião»;
- **Alínea d)** «respeitar a orientação e os objetivos definidos no estatuto editorial do órgão de comunicação social para que trabalhem»;
- **Alínea e)** «procurar a diversificação das suas fontes de informação e ouvir as partes com interesses atendíveis nos casos de que se ocupem»;

²³⁸ 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

- **Alínea f)** «identificar, como regra, as suas fontes de informação e atribuir as opiniões recolhidas aos respetivos autores».

Do mesmo documento, são ainda consideradas:

- A **alínea c) do n.º 2 do artigo 14.º**, que determina que o jornalista deve «abster-se de formular acusações sem provas e respeitar a presunção de inocência»;
- As **alíneas d) e h) do n.º 2 do artigo 14.º**, 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».

G. Do Código Deontológico do Jornalista²³⁹ é tido em consideração o seguinte ponto 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».

H. Ainda no que respeita ao **Código Deontológico**, servem de base ao trabalho realizado os **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».

OPERADOR DE SERVIÇO PÚBLICO

I. No caso dos **serviços de programas do operador de serviço público (RTP1 e RTP2)**, também serão contemplados os elementos contidos no **Contrato de Concessão**, respeitantes ao rigor:

- «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**;
- «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**;
- «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**.²⁴⁰

OPERADORES PRIVADOS

J. No que se refere aos serviços de programas generalistas com emissão em sinal aberto (SIC e TVI), para além das obrigações genéricas, são ainda consideradas aquelas que decorrem dos projetos apresentados 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»²⁴¹ e a SIC com a «emissão de informação não apenas política»²⁴².

²³⁹ Aprovado em 4 de maio de 1993, em Assembleia Geral do Sindicato dos Jornalistas.

²⁴⁰ 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>.

²⁴¹ Deliberação 2/LIC-TV/2012, página 11, Obrigações que resultam das licenças e obrigações supervenientes.

²⁴² Deliberação 1/LIC-TV/2012, página 11, Obrigações que resultam das licenças e obrigações supervenientes.

K. Já o serviço de programa generalista do cabo em análise, a CMTV, explicita que «emana do Jornal que lhe dá título [...] assentará num formato popular, mas não populista, apresentando uma informação equilibrada que cubra todas as áreas de interesse da audiência»²⁴³.

PROTEÇÃO DE PÚBLICOS SENSÍVEIS (SOBRETUDO MENORES)

L. Em matérias respeitantes à proteção de públicos sensíveis, nomeadamente de menores de idade, 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 jornalística, sejam apresentados com respeito pelas normas éticas da profissão e antecedidos 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.

M. 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.

N. À semelhança do preceito anterior, também o **Código Deontológico do Jornalista** dispõe:

- 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.

O. 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».

P. 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**.

²⁴³ «Memória Justificativa do Pedido de Autorização Para o Exercício da Atividade de Televisão», da CMTV, julho de 2012.

3. APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS

Recorde-se que a análise de rigor e da isenção realizada pelo regulador tem por base um conjunto de dimensões que pretendem objetivar a verificação do cumprimento dessas obrigações e que decorrem do enquadramento legal e deontológico prévio. As dimensões apreciadas são as seguintes:

- Separação entre informação e opinião;
- Identificação da autoria dos trabalhos jornalísticos apresentados;
- Atribuição e identificação das fontes de informação;
- Respeito pelo princípio do contraditório;
- Objetividade jornalística;
- Respeito pela presunção de inocência;
- Proteção da identidade das vítimas.

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 também uma relação direta com o equilíbrio e a igualdade de oportunidades, no sentido da adoção de uma atitude não discriminatória.

O rigor e a isenção preveem ainda a apresentação dos factos e a sua verificação, a audição das partes com interesses atendíveis, a separação entre factos e opiniões e a correta identificação e citação das fontes de informação.

A tabela elenca as dimensões de análise e as variáveis ou indicadores correspondentes.

Critérios e indicadores utilizados na verificação do rigor e isenção

Critérios de verificação	Principais variáveis
<ul style="list-style-type: none"> • Separação entre informação e opinião 	Registo jornalístico Elementos opinativos no discurso do operador
<ul style="list-style-type: none"> • Identificação da autoria dos trabalhos jornalísticos apresentados 	Assinatura da peça
<ul style="list-style-type: none"> • Atribuição e identificação das fontes de informação 	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"> • Respeito pelo princípio do contraditório 	Contraditório
<ul style="list-style-type: none"> • Objetividade jornalística 	Presença de sensacionalismo
<ul style="list-style-type: none"> • Respeito pela presunção da inocência 	Desrespeito pela presunção da inocência
<ul style="list-style-type: none"> • Proteção da identidade das vítimas 	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 especificadas foram cruzadas, permitindo uma melhor contextualização dos dados.

SEPARAÇÃO ENTRE INFORMAÇÃO E OPINIÃO

No âmbito da primeira dimensão utilizada para verificar o dever de rigor informativo – separação entre informação e opinião – são realizadas análises que verificam a presença da opinião nos noticiários em duas vertentes: na clara identificação dos espaços de opinião da responsabilidade/autoria de comentadores convidados e na verificação da existência de opinião no discurso dos representantes do próprio operador.

Em primeiro lugar observa-se a tendência comum aos cinco noticiários analisados de o *registo jornalístico* predominante das peças analisadas ser o *informativo* (em aproximadamente 90 %; no caso da RTP1 chega aos 99 %). Traduzindo esse registo informativo em géneros jornalísticos nele englobados, tal significa que a larga maioria dos alinhamentos analisados é composta por notícias e reportagens. Géneros como as grandes reportagens ou as entrevistas têm uma presença tímida e pontual. Com exceção para as entrevistas do “Jornal 2”, que apresenta este formato em várias edições.

Apesar dessa preponderância do registo informativo, é de referir que nos noticiários de horário nobre dos cinco serviços de programas foram identificados espaços reservados ao *comentário* e à opinião, sendo mais comumente transmitidos em direto a partir do próprio estúdio.

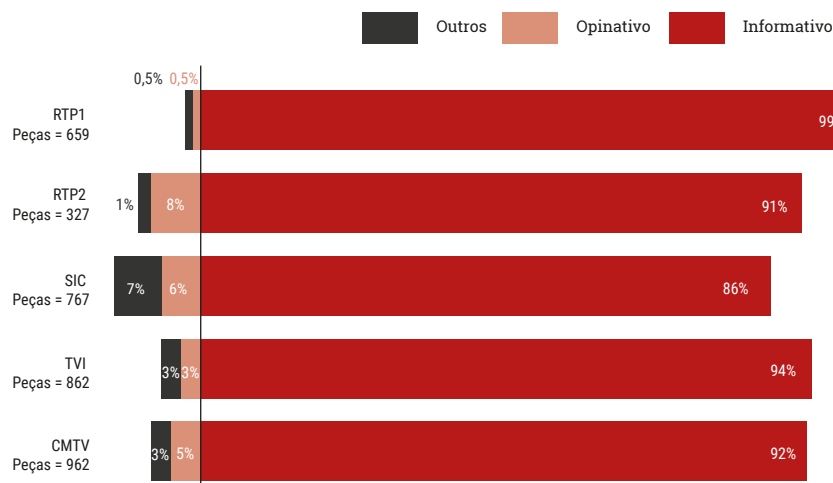
É possível distinguir entre comentários pontuais, realizados por profissionais de informação ou especialistas de outras áreas, e espaços de opinião regulares, reservados a comentadores residentes.

Constata-se que quando os espaços de comentário são inseridos nos alinhamentos, na maior parte dos casos são identificados como opinião e devidamente atribuídos a personalidades apresentadas como comentadores. Esta é uma

característica comum, o que significa que há genericamente o cuidado de demarcar de forma evidente a opinião dos comentadores dos restantes conteúdos.

Foram identificadas diferentes modalidades de demarcação dos espaços de opinião, desde separadores gráficos com a apresentação do comentador, a sua apresentação explícita em oráculo ou a referência ao mesmo pelo pivô.

Fig. 1 - Registo jornalístico



Já no que diz respeito à vertente da análise que verifica se os conteúdos da responsabilidade dos operadores tiveram ou não marcas de subjetividade e opinião por parte de quem os construiu observa-se que, na larga maioria dos conteúdos emitidos pelos cinco noticiários, não se identifica qualquer *elemento opinativo* no discurso do operador que possa comprometer o rigor da informação.

Esse resultado indicia que a cobertura informativa terá sido tendencialmente realizada com isenção e em respeito pela objetividade do reportar dos acontecimentos/problemáticas.

Ainda assim, em todos os canais foi identificado um conjunto de peças com elementos (a nível textual ou da composição da narrativa visual) que apontam para um reportar dos acontecimentos explícita ou implicitamente enviesado/conotado com juízos valorativos e marcas subjetivas de opinião por parte do operador, suscetíveis de colocar em causa o dever de rigor. Algumas das marcas mais evidentes são, por exemplo, o recurso à ironia e a um estilo jocoso.

No “Telejornal” 4,1 % das peças tiveram esses elementos (27 peças), o mesmo tendo acontecido em 2,8 % das peças do “Jornal 2” (nove peças), 4,3 % do “Jornal da Noite” (33 peças), 3,7 % do “Jornal das 8” (32 peças) e 6,2 % do “CM Jornal 20h” (60 peças).

Outra característica relativamente comum a esse número limitado de peças é que geralmente os elementos opinativos estão mais presentes no corpo da peça, isto é, é menos comum a sua presença no oráculo que é lido pelos pivôs.

Observa-se que no caso do “Jornal da Noite” o maior número de conteúdos em que se observam essas marcas de subjetividade (dez peças, num total de 27) são sobre a temática *política nacional* e no caso do noticiário da CMTV (36 das 60 peças identificadas) focam-se em assuntos relacionados com *ordem interna* ou *sistema judicial*.

IDENTIFICAÇÃO DA AUTORIA DOS TRABALHOS JORNALÍSTICOS APRESENTADOS

Partindo do pressuposto de que a assinatura de um trabalho jornalístico é uma forma de responsabilização e compromisso com o conteúdo, considera-se um elemento que contribui para credibilizar a informação junto de quem a consulta.

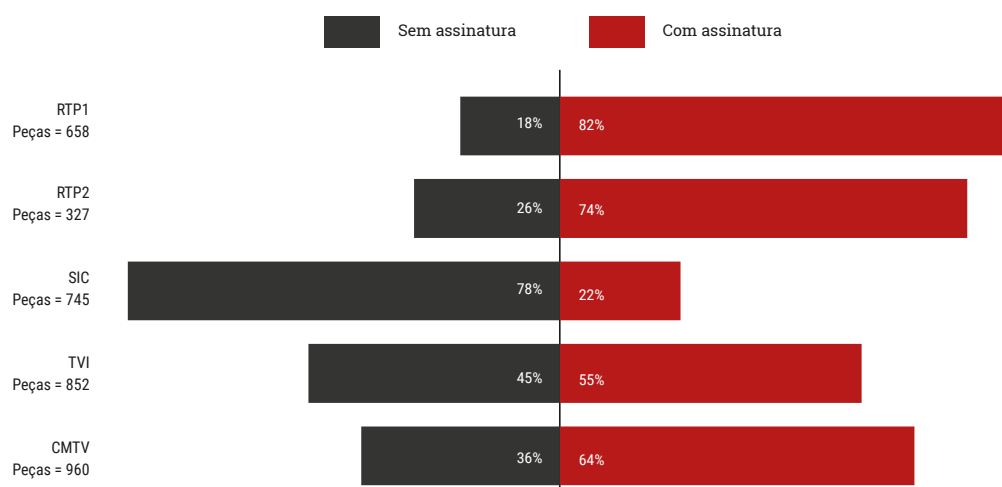
Procurou-se identificar todas as peças que explicitaram a sua autoria, seja por menção à assinatura de pelo menos um ou de vários intervenientes envolvidos no processo de construção das mesmas: dos repórteres responsáveis pelo texto, dos responsáveis pela captação das imagens, dos que fizeram o trabalho de edição.

Conclui-se que os serviços de programas em análise têm diferentes práticas no que à assinatura dos trabalhos diz respeito. Com efeito, nos noticiários do serviço público – RTP1 e RTP2 – sobressai que a grande maioria das peças explicitam a sua autoria. Essa também é a prática identificada em 64 % das peças da CMTV.

Já no “Jornal das 8”, da TVI, a autoria foi explicitada em pouco mais de metade dos conteúdos e no “Jornal da Noite”, da SIC, tal acontece em apenas 22 % das peças.

Nos casos dos trabalhos que geralmente envolvem maior investimento de recursos técnicos e humanos, como as grandes reportagens (embora tenham sido identificadas poucas nas edições analisadas), verifica-se que tenderam a revelar a autoria, embora ainda assim tenham sido identificadas algumas em que isso não aconteceu.

Fig. 2 - Assinatura das peças

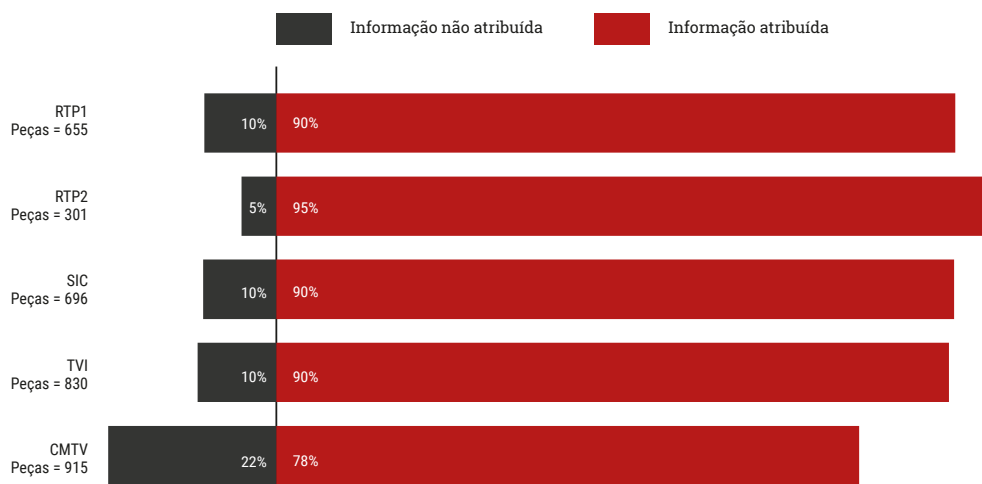


ATRIBUIÇÃO E IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO

A atribuição da origem da informação é uma das regras da atividade jornalística que mais se associa aos deveres de rigor e de isenção. Assim, para a avaliar, analisam-se as fontes de informação que são explicitamente mencionadas na peça, isto é, aquelas que são dadas a conhecer aos telespectadores.

Da análise realizada, sobressai uma tendência dominante e comum a todos os noticiários avaliados, mas que é particularmente acentuada nos da RTP1, RTP2, SIC e TVI, em que 90 % (na RTP2 chega aos 95 %) das peças têm *informação atribuída*. Tal significa que as peças desses canais identificam, pelo menos, uma fonte de informação consultada.

Fig. 3 - Atribuição da origem da informação

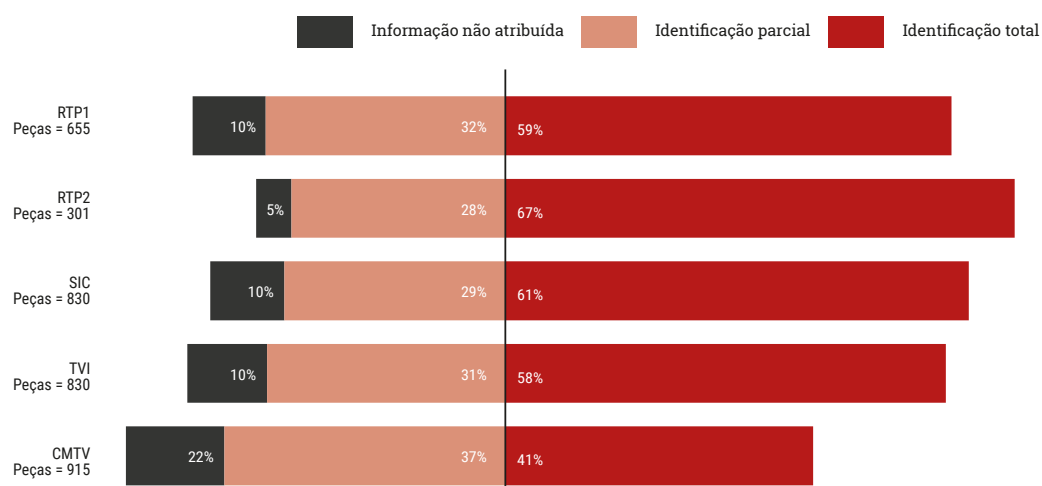


Aplicando a *análise de temas* somente à percentagem minoritária de peças em que não foi identificada qualquer fonte de informação (*informação não atribuída*) evidenciam-se algumas especificidades que importa observar.

Relativamente aos 10 % de peças do “Telejornal”, da RTP1, (63 peças) sem fontes de informação verifica-se que a maioria reporta assuntos do tema *desporto*. Já nos 10 % identificados no “Jornal da Noite”, da SIC, (68 peças) repete-se a tendência das peças de *desporto*, mas com um número próximo das que abordam questões de *ordem interna*. No caso dos 10 % de peças do “Jornal das 8”, da TVI, (87 peças) observa-se um cenário semelhante ao da SIC, mas em ordem inversa, isto é, a maioria de peças sem fontes identificadas são sobre *ordem interna*, seguidas das que se reportam a *desporto*.

Nos 22 % de peças da CMTV (205 peças) em que a informação não foi atribuída, o dobro de qualquer um dos restantes operadores, a temática mais frequente foi claramente a *ordem interna* (113 peças), aquela que é também a temática que se destaca como a mais frequente nos conteúdos do noticiário em análise.

Relativamente ao “Jornal 2”, da RTP2, o número de peças sem fontes identificadas é tão residual (14) que não permite observar qualquer tendência desta natureza.

Fig. 7 - Rigor na identificação das fontes de informação

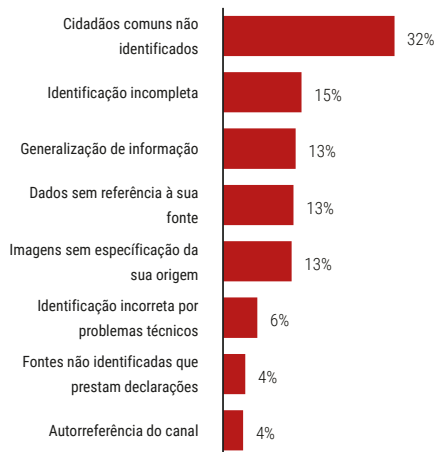
Uma análise baseada somente na separação entre *informação atribuída* e *informação não atribuída* pode revelar-se insuficiente para aferir acerca do rigor na atribuição da origem daquilo que é reportado, pelo que se acrescenta uma mais detalhada, baseada em três níveis: 1) *informação não atribuída* (nenhuma fonte é especificada); 2) *identificação parcial* (uma ou mais fontes são identificadas, mas há algumas que o são forma vaga, pouco clara ou indeterminada); 3) *identificação total* (todas as fontes mencionadas são devidamente identificadas).

Dessa análise é possível inferir que embora o nível máximo de atribuição da origem da informação seja o mais recorrente em aproximadamente 60 % das peças dos noticiários da RTP1, SIC e TVI, valor que no caso da RTP2 chega aos 67 %, existe uma percentagem considerável de peças em que apenas parcialmente se refere a origem da informação.

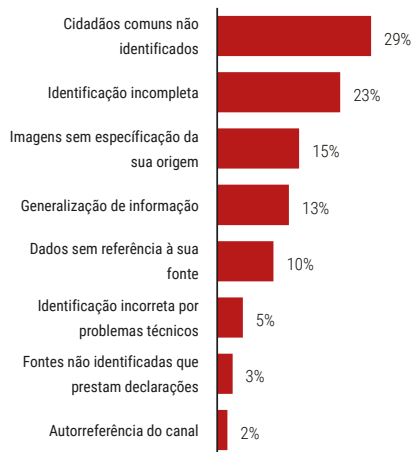
No caso do noticiário da CMTV, os resultados observados revelam mesmo que, quando somadas as peças que referem parcialmente a informação e aquelas que não identificam qualquer fonte, há problemas de rigor na atribuição da informação em 59 % das peças analisadas.

Fig. 8 - Elementos indicativos de falta de rigor na identificação das fontes de informação

"Telejornal" (RTP1)
 Presenças = 267



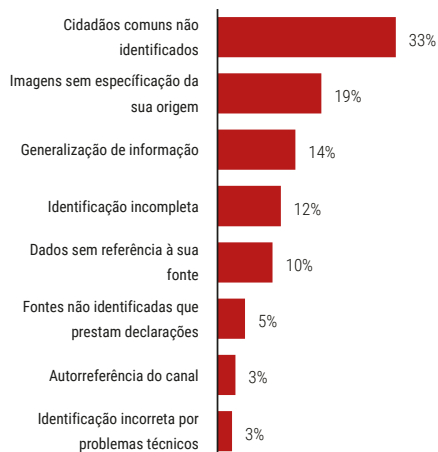
"Jornal 2" (RTP2)
 Presenças = 105



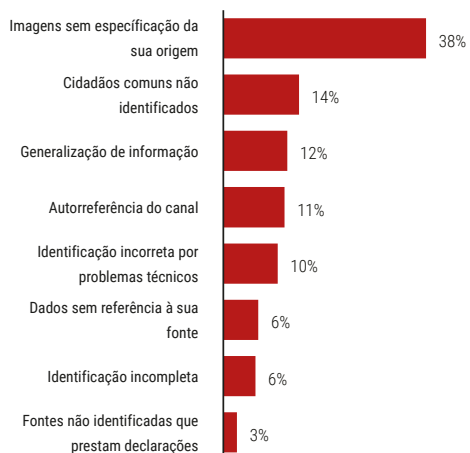
"Jornal da Noite" (SIC)
 Presenças = 263



"Jornal das 8" (TVI)
 Presenças = 332



"CM Jornal 20H" (CMTV)
 Presenças = 555



Considerando a identificação dos problemas de rigor existentes na atribuição da informação, verificam-se resultados semelhantes no caso dos noticiários da RTP1, SIC e TVI, ou seja, o elemento indicativo de falta de rigor mais frequente é o recurso a cidadãos comuns como fontes de informação sem que sejam identificados.

Embora esse seja também o elemento mais frequente no “Jornal 2”, este apresenta uma representação muito próxima daquela que assumem as fontes com uma *identificação incompleta*, isto é, em que se refere apenas o seu nome ou a qualidade/papel que desempenha na narrativa das peças. Esse é também o segundo elemento mais recorrente nas peças do “Telejornal”.

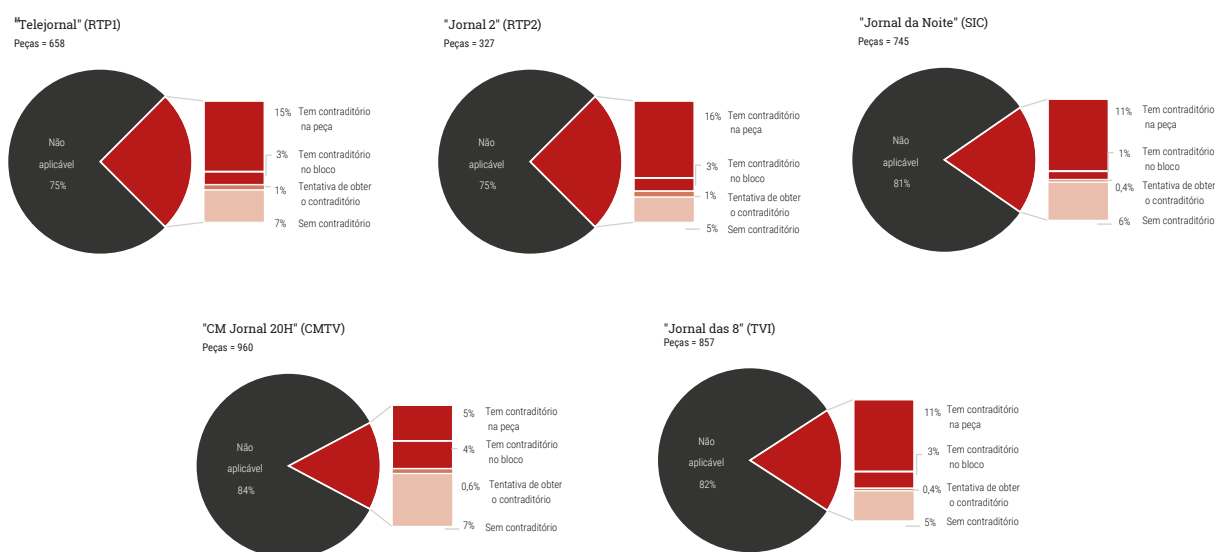
Já nos noticiários da SIC e da TVI o segundo elemento indicativo de falta de rigor mais presente foi a utilização de imagens de terceiros como fontes de informação sem especificar a sua origem.

No que diz respeito à CMTV observa-se que o elemento indicativo de falta de rigor na atribuição da origem da informação mais frequente são as imagens de terceiros utilizadas no conteúdo das peças sem referência à sua origem.

RESPEITO PELO PRINCÍPIO DO CONTRADITÓRIO

Na maior parte das peças dos cinco blocos informativos, os assuntos noticiados não exigem a aplicação do *princípio do contraditório*.

Fig. 9 - Princípio do contraditório



Nos casos em que é exigível a observância do princípio do contraditório este tende a ser respeitado na mesma peça ou noutra peça do mesmo bloco informativo.

As peças que não respeitam o *princípio do contraditório* centraram-se sobretudo em assuntos relacionados com *política nacional*.

Os valores percentuais das peças que estariam sujeitas a uma consulta das partes com interesses atendíveis devido a críticas suscitadas pela peça, e em que tal não é concretizado, rondam os 5 %. Os valores mais elevados registam-se na CMTV e na RTP1 (7 %).

OBJETIVIDADE JORNALÍSTICA

As opções editoriais consideradas sensacionalistas, isto é, que visam criar sensações e emoções nos telespectadores, sendo suscetíveis de colocar em causa o dever de rigor, têm uma expressão variável entre os operadores analisados.

Por um lado, os blocos informativos da RTP2 registam valores mais baixos de oito elementos desta natureza, e a CMTV valores mais altos.

Os elementos mais comuns utilizados nos conteúdos com estas características encontram-se nos destaques gráficos de estilo opinativo seguindo-se a captação/edição de imagem.

Fig. 10 - Presença de elementos visando a exploração de sensações

Elemento sensacionalista	"Telejornal" (RTP1)	"Jornal 2" (RTP2)	"Jornal da Noite" (SIC)	"Jornal das 8" (TVI)	"CM Jornal 20H" (CMTV)
Estilo apelativo no destaque gráfico	4	0	4	20	249
Captação/edição de imagens	9	3	16	19	134
Música/sons	20	5	21	30	41
Reconstituições	1	0	2	3	5
Total	34	8	43	72	429

A presença de elementos de *fait-divers* nas peças regista um valor que se aproxima dos 140. Verifica-se que a exploração sensacionalista destes elementos ocorre em metade destas situações.

RESPEITO PELA PRESUNÇÃO DE INOCÊNCIA

As peças com elementos suscetíveis de desrespeitar a presunção da inocência estão menos presentes nos blocos informativos do operador público ("Telejornal", da RTP1, com duas peças e "Jornal 2", da RTP2, com uma peça). O "Jornal da Noite" (SIC) e o "Jornal das 8" (TVI) registam, respetivamente, dez e onze peças. O "CM Jornal 20h" (CMTV) regista o maior número de casos, 60 peças.

ELEMENTOS VIOLENTOS E ADVERTÊNCIA PRÉVIA

As peças com *elementos violentos* que potencialmente podem suscetibilizar públicos mais sensíveis, como menores, são em número marginal no conjunto dos noticiários. Estes casos são tendencialmente inferiores a cinco peças, com exceção da CMTV que regista 20 peças.

Porém, nenhum destes conteúdos se faz acompanhar da devida *advertência prévia*.

Foi ainda considerada a presença de *elementos violentos* de forma genérica, independentemente de poderem ou não suscetibilizar públicos mais sensíveis, identificando-se, neste contexto, 191 peças.

As formas mais frequentes da presença destes elementos são os sinais de destruição (*ruínas, escombros*), seguindo-se a exibição de *mortes, cadáveres e agressões físicas*.

Na amostra de 2018, tal como no ano anterior, não se identificam peças com *elementos pornográficos*.

PROTEÇÃO DA IDENTIDADE DAS VÍTIMAS

Foram contabilizadas 12 peças com *identificação de vítimas* em que se considera que a sua vulnerabilidade é explorada. São vários os elementos que contribuem para a sua identificação ser possível, entre estes o facto de a sua imagem não ser ocultada (apenas em três casos).

Do conjunto de peças que recorrem a *técnicas de ocultação da identidade*, observa-se que estas são aplicadas em maior número a adultos, abrangendo situações diversificadas, como *os suspeitos de crimes* ou arguidos.

DISCRIMINAÇÃO E INCITAMENTO AO ÓDIO

As peças consideradas suscetíveis de contribuir para a discriminação de grupos populacionais específicos ou pessoas em condições de vulnerabilidade são praticamente inexistentes. As exceções encontradas dizem respeito aos blocos informativos da TVI (três peças) e da CMTV (duas peças) em torno de questões que envolvem a etnia ou a condição social.

SAÚDE MENTAL

O tema da *saúde mental* é analisado a título de acompanhamento de estudos realizados anteriormente. Neste sentido, verifica-se que, em 2018, 64 peças fazem referência a esta problemática, sendo a CMTV responsável por mais de metade daquelas (39).

A tendência de esta referência surgir associada a casos que envolvem um crime ou agressão e para serem características atribuídas ao *agressor* permanece (22 peças). No entanto, e no contexto de casos como o resgate das crianças presas numa gruta na Tailândia, este tema surge também focado na questão da superação de situações traumáticas (30 peças).

ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

1. VISÃO GLOBAL

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), pela Lei n.º 40/2014/9 de julho e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho], introduziu deveres no que se refere à divulgação da programação a emitir pelos serviços de programas televisivos. 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, «os 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».

Sendo que essa informação obedece à regra do n.º 2 do mesmo dispositivo legal, desta forma, 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 capítulo, avalia-se o desempenho dos operadores de televisão nesta matéria, em 2018, onde se inclui uma análise evolutiva ao último triénio. Foram avaliados os serviços de programas generalistas, de acesso não condicionado livre, de âmbito nacional, 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 ÁFRICA1, SPORT TV3, BTV1, SIC CARAS, TVC3, TVI24 e MTV Portugal.

1.2. METODOLOGIA E CRITÉRIOS

Com o objetivo de verificar o cumprimento do artigo 29.º da LTSAP, foi efetuado o confronto entre a programação anunciada pelos operadores e a emissão, com recurso à utilização da ferramenta eletrónica de “Análise de Grelhas de Programação TV”, desenvolvida pela ERC, e à qual os operadores passaram a poder aceder e aí descarregar diretamente, com a antecedência legalmente prevista, as grelhas da programação dos serviços que disponibilizam. Em casos pontuais, designadamente quando foram detetadas incongruências entre a grelha inserida na aplicação e a emissão efetiva, recorreu-se à visualização da emissão, bem como ao cruzamento entre espaços de programas e publicidade.

Neste acompanhamento, são verificadas pela ERC as situações de desvios da programação anunciada que se traduzem nas seguintes ocorrências: i) Programas emitidos antes do horário anunciado e/ou programas emitidos depois do horário anunciado; ii) Programas anunciados e não emitidos e/ou programas emitidos e não anunciados.

A presente análise não considerou 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.

Durante 2018, esta análise 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 de uma semana/mês, analisada cumulativamente no final de cada trimestre.

Fig.1- Amostra AP 2018 – RTP1, RTP2, SIC e TVI

Amostra "Anúncio Programação"	
Meses	Semanas/dias
Janeiro	2 / 8 a 14
Fevereiro	8 / 19 a 25
Março	10 / 5 a 11
Abril	15 / 9 a 15
Maió	20 / 14 a 20
Junho	25 / 18 a 24
Julho	30 / 23 a 29
Agosto	32 / 6 a 12
Setembro	37 / 10 a 16
Outubro	42 / 15 a 21
Novembro	47 / 19 a 25
Dezembro	50 / 10 a 16

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. Procedeu-se, posteriormente, 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 LTSAP, 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.

Para além das verificações regulares relativas aos serviços RTP1, RTP2, SIC e TVI, em 2018, foram ainda verificados por amostragem, num mês ou numa semana, os seguintes serviços de programas:

- SPORT TV ÁFRICA1, temático de desporto, de acesso condicionado e âmbito internacional;
- SPORT TV3, temático de desporto, de acesso condicionado e âmbito nacional.
- BTV1, temático de desporto, de acesso condicionado e âmbito nacional;
- SIC CARAS, temático de entretenimento, «com especial enfoque em assuntos relacionados com celebridades», de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional;
- TVC3, temático de cinema, de acesso condicionado e âmbito nacional;
- TVI24, temático de informação, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional;
- MTV Portugal, temático de música, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional.

2. ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO ANUNCIADA

2.1. SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS NACIONAIS - RTP1, RTP2, SIC e TVI

Fig.2 -Alterações da programação 2018

2018	Alterações da programação				
	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Total
N.º casos	15	29	10	7	61

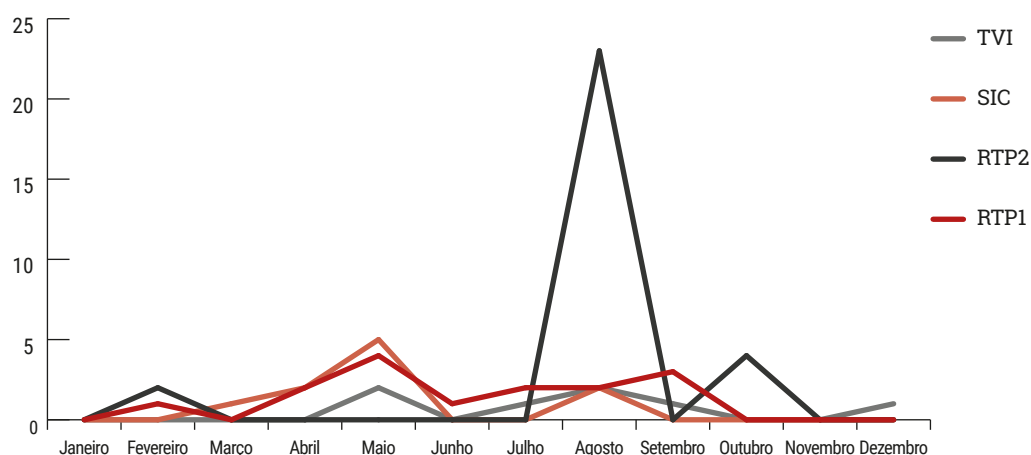
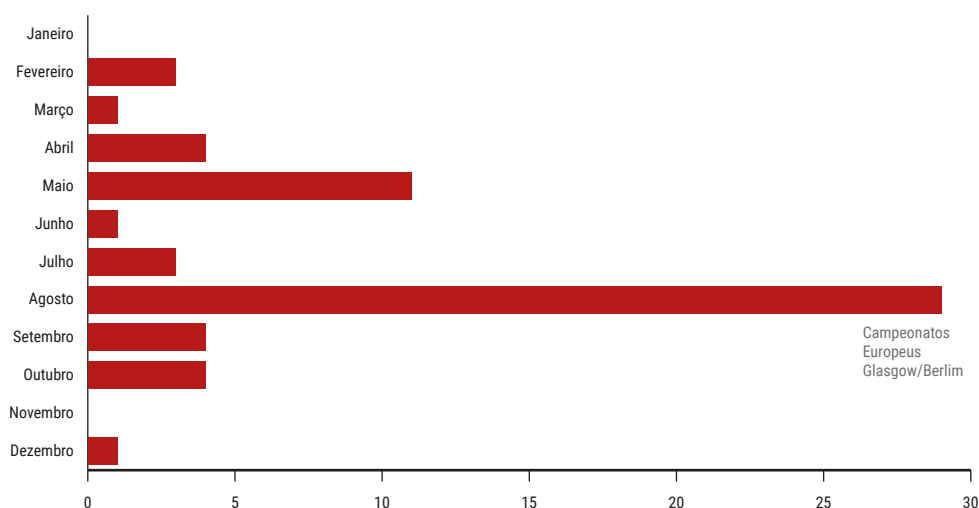
De acordo com a amostra selecionada, melhor identificada na Figura 1, as análises efetuadas, durante 2018, às emissões dos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI revelaram um cômputo total de 61 casos de alterações da programação anunciada, sendo que a maioria das situações registadas ocorreu nos serviços do operador público, com 15 casos, na RTP1, e 29 casos, na RTP2. A SIC registou 10 ocorrências e a TVI registou 7 ocorrências.

As 61 irregularidades apuradas distribuíram-se ao longo dos 12 meses de 2018 da seguinte forma:

Fig. 3 – Alterações da programação – jan.- dez. 2018

2018 / Meses	Alterações da programação (n.º)				
	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Total
Janeiro	0	0	0	0	0
Fevereiro	1	2	0	0	3
Março	0	0	1	0	1
Abril	2	0	2	0	4
Maio	4	0	5	2	11
Junho	1	0	0	0	1
Julho	2	0	0	1	3
Agosto	2	23	2	2	29
Setembro	3	0	0	1	4
Outubro	0	4	0	0	4
Novembro	0	0	0	0	0
Dezembro	0	0	0	1	1
Total	15	29	10	7	61

Resultado mais alto.

Fig. 4- Alterações da programação – Evolução jan. - dez. 2018**Fig. 5- Alterações da programação 2018 – totais/mês**

Nas Figuras 3 e 4, pode observar-se a distribuição dos casos por meses, de janeiro a dezembro de 2018, tendo-se registado o maior número de casos de alteração da programação no mês de agosto, com um total de 29. Nos meses de janeiro e novembro não foram identificadas quaisquer situações irregulares.

No que se refere aos valores por serviço de programas, o valor máximo de ocorrências foi registado pela RTP2, em agosto, com 23, os restantes serviços analisados registaram os seus máximos no mês de maio, a RTP1, com 4, a SIC, com 5, e a TVI, com 2 situações identificadas. Note-se que a TVI apresentou o mesmo resultado (2) no mês de agosto de 2018.

Quanto aos valores mais baixos registados, em face da amostra selecionada para análise, destaca-se a TVI, com 7 casos, no cômputo dos 12 meses analisados, seguida pela SIC, que contou com um total de 10 situações identificadas em 2018.

Na RTP2, pese embora seja o serviço onde se verificaram mais casos de desvio à programação anunciada – 23, concentrados em agosto –, não se registaram quaisquer alterações na programação em nove dos doze meses analisados.

De acordo com a figura 5, que espelha o número total de casos verificados em cada mês de 2018, embora os valores máximos de situações de alteração da programação recaiam nos meses de maio e agosto, não pode concluir-se por um padrão uniformemente seguido pelos serviços de programas no que respeita aos meses com maior volume de situações irregulares registadas, uma vez que as motivações para os desvios apurados se subsumem a causas diversas, desde cobertura informativa de conferência de imprensa de membros do governo e assuntos da atualidade, inclusão de espaço de “direito de antena”, transmissões em direto de provas de automobilismo, de bicicleta e campeonatos europeus, cerimónias de um casamento da realeza britânica, problemas técnicos e outras situações de natureza editorial. Contudo, no que se refere ao valor máximo identificado em agosto (23, na RTP2), ficou o mesmo a dever-se em exclusivo ao acompanhamento dos Campeonatos Europeus Glasgow/Berlim 2018, os quais contaram com provas ao longo de dez dias.

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 quatro serviços de programas objeto da análise, RTP1, RTP2, SIC e TVI, tendo em conta a amostra selecionada, em 2018, de uma semana/mês.

Pese embora o total de 61 situações irregulares verificadas ao longo de 2018, das quais 44 se registaram nos serviços de programas disponibilizados pelo operador público, RTP1 (15) e RTP2 (29), deverá esclarecer-se que os elevados números registados não consubstanciam, na esmagadora 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.

Tal como já referido, a grande maioria dessas alterações de programação ocorreu no serviço RTP2 e teve na sua base as transmissões das provas integrantes dos Campeonatos Europeus Glasgow/Berlim 2018, sendo que outras se encontram diretamente relacionadas com eventos ocorridos no ano em questão, quer na área da informação (cobertura informativa de conferências de imprensa de membros do Governo, direitos de antena de partidos políticos, cerimónias comemorativas dos “100 Anos da Batalha de La Lys”, cerimónias do casamento real dos Duques de Sussex), na área do desporto (“Liga dos Campeões de futebol”, “Rally de Portugal”, “Volta a Portugal em Bicicleta”, “Supertaça de Futebol Feminino”, “Jogos Olímpicos de Inverno de Pyeogchang”, “Campeonatos Europeus Glasgow/Berlim” e “Campeonato Europeu de Teamgym”), no entretenimento as Galas/Espetáculos em direto (concerto dos DAMA) e outras questões de nível técnico que não permitiram o cumprimento rigoroso da programação planeada pelo operador.

O Conselho Regulador da ERC não determinou a abertura de processos contraordenacionais relativos ao “Anúncio da programação” durante 2018.

2.2. COMPARAÇÃO – TRIÉNIO 2016/2018 (RTP1, RTP2, SIC e TVI)

Alterando a metodologia anterior, 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, tendo-se orientado as

análises regulares para o apuramento de uma semana/mês, aleatoriamente escolhida e aplicada aos quatro serviços referidos.

As alterações da programação apuradas ao longo do triénio distribuíram-se da seguinte forma:

Fig.6 -Alterações da programação 2016/2018

TRIÉNIO N.º de casos	Alterações da programação				Total
	RTP1	RTP2	SIC	TVI	
2016	76	37	5	25	143
2017	73	10	18	11	▼ 112
2018	15	29	10	7	▼ 61
TOTAL	164	76	33	43	316

A evolução ao longo do triénio em análise é bastante positiva, tendo-se registado, em 2018, menos 82 situações irregulares que as registadas em 2016. Numa comparação com o mesmo período do ano anterior, 2017, a diferença registada é de menos 51 casos de alteração da programação registados em 2018.

A maior descida verificou-se na RTP1, que passou de 76 casos, em 2016, para apenas 15, em 2018. Também a TVI consolidou a tendência decrescente, passando de 25 casos, em 2016, para 7, em 2018. Os restantes serviços, RTP2 e SIC, não mantiveram um percurso constante no triénio.

De referir, ainda, que, ao contrário do que foi possível apurar para 2017, cujos máximos totais de situações irregulares mostraram uma consistência com dois acontecimentos de relevo a nível nacional, ocorridos em janeiro e em junho (morte do Dr. Mário Soares e “incêndios de Pedrógão Grande”), em 2016 e 2018 não foi possível apurar um padrão uniformemente seguido pelos serviços de programas no que respeita aos meses com maior volume de situações irregulares registadas, pois as causas para as alterações ocorridas na programação foram diversas e não tiveram correspondência em todos os serviços.

Ao longo do triénio, o Conselho Regulador da ERC determinou a abertura de apenas um processo de contraordenação, relativo às alterações da programação registadas no terceiro trimestre de 2017, no serviço de programas TVI (Deliberação ERC/2017/242 (PROG-TV), de 22 de novembro de 2017), tendo o mesmo terminado com decisão de admoestação (Deliberação 2018/227 (PROG-TV-PC), de 9 de outubro de 2018).

2.3. OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS

Em 2018, para além das verificações regulares aos serviços de programas de acesso não condicionado livre nacionais, RTP1, RTP2, SIC e TVI, foi ainda acompanhado o desempenho dos seguintes serviços de programas:

- SPORT TV ÁFRICA1, temático de desporto, de acesso condicionado e âmbito internacional, do operador SPORT TV PORTUGAL, S.A.;
- SPORT TV3, temático de desporto, de acesso condicionado e âmbito nacional, do operador SPORT TV PORTUGAL, S.A.;
- BTV1, temático de desporto, de acesso condicionado e âmbito nacional, do operador Benfica TV, S.A.;

- SIC CARAS, temático de entretenimento, «com especial enfoque em assuntos relacionados com celebridades», de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional, do operador SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.;
- TVC3, temático de cinema, de acesso condicionado e âmbito nacional, do operador NOS PUB, Publicidade e Conteúdos, S.A.;
- TVI24, temático de informação, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional, do operador TVI - Televisão Independente de Portugal, S.A.;
- MTV Portugal, temático de música, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional, do operador MTV NETWORKS, Lda.

Esta verificação foi efetuada por amostragem, tendo-se contemplado, aleatoriamente, uma semana ou um mês de 2018.

Fig.7 – Amostra analisada em 2018 – outros serviços de programas analisados

Amostra "AP"		
Serviços de programas	Meses	Dias
SPORT TV ÁFRICA1	Abril	23 a 29
SPORT TV3	Maio	7 a 13
BTV1	Agosto	1 a 31
SIC CARAS	Setembro	24 a 30
TVC3	Setembro	24 a 30
TVI24	Novembro	1 a 30
MTV Portugal	Dezembro	1 a 30

As análises foram realizadas recorrendo à comparação entre a grelha de programação anunciada e previamente divulgada – cujo registo foi efetuado pelos operadores na aplicação criada para o efeito, "Análise de Grelhas de Programação TV", com a antecedência prevista na LTSAP – e a emissão efetiva.

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.

Todas as análises ao anúncio da programação dos serviços referidos na Figura 7, foram realizadas através da abertura de processos autónomos de fiscalização, sendo um dos objetos a verificação do cumprimento das normas vertidas no art.º 29.º, n.ºs 1 e 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

Esses apuramentos, posteriormente, serão inseridos na análise global efetuada para efeitos da avaliação intercalar das autorizações, nos termos dos artigos 23.º e 97.º, n.º 3, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido. Através dessa avaliação intercalar, a ERC elabora 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. Excepcionalmente, no que se refere ao serviço TVC3, essa avaliação foi integrada no processo de renovação da autorização, que, nos termos do artigo 22.º, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, visa determinar o grau de cumprimento das obrigações e condições a que os operadores estão adstritos no desempenho da sua atividade, durante o prazo de validade dos respetivos títulos habilitadores.

Quanto aos serviços SIC CARAS e TVC3, da análise efetuada não resultou qualquer alteração à programação, havendo um respeito integral da norma aplicável.

No que respeita aos serviços temáticos de desporto analisados, no SPORT TV ÁFRICA (amostra de uma semana), foram registadas 15 alterações da programação, no SPORT TV3 (amostra de uma semana), foram registadas 11 alterações da programação e no BTV1 (amostra de um mês), foram registadas 154 alterações da programação. No entanto, atentas as circunstâncias em que ocorreram as alterações, concluiu-se que, na sua maioria, foram causadas pela duração superior ou inferior ao previsto de transmissões de eventos desportivos. A duração dos eventos desportivos não é da responsabilidade do operador, apesar de existir um compromisso de transmissão por este assegurado. Assim, no âmbito das verificações efetuadas em matéria de anúncio de programação destes três serviços de desporto, apesar de se concluir pela inobservância do disposto no artigo 29.º da LTSAP, tais incumprimentos foram enquadrados na natureza específica dos referidos serviços, vocacionados para a transmissão de eventos desportivos, e, muitos deles, puderam ser justificados ao abrigo da norma de exceção.

No serviço TVI24 (amostra de um mês), foram registadas 156 alterações da programação. Contudo, a grande maioria dessas desconformidades foram enquadradas e justificadas pela norma de exceção prevista no n.º3, do artigo 29.º, da LTSAP, quanto à natureza imprevista dos acontecimentos, uma vez que a maioria das alterações foi motivada pela necessidade de cobertura informativa da atualidade, em programas em direto, o que está em consonância com a temática “informação” do serviço.

Quanto ao serviço MTV Portugal (amostra de um mês), registaram-se 190 alterações da programação prevista. Tendo em conta que a avaliação ocorreu durante o mês de dezembro de 2018, até à presente data a mesma ainda não se encontra concluída, apesar de o operador já ter sido notificado para, querendo, se pronunciar relativamente às divergências apuradas.

Não obstante a não abertura de qualquer procedimento contraordenacional em face das alterações à programação identificadas, todos os operadores foram notificados das avaliações efetuadas e instados a um cumprimento escrupuloso das normas aplicáveis quanto ao “anúncio da programação”, nomeadamente no que se refere ao disposto no n.º 4, do artigo 29.º, da LTSAP, sobre informação ao público em geral.

3. ANÁLISE DOS CASOS DE ALTERAÇÃO DA PROGRAMAÇÃO

Em cumprimento da norma do n.º 1 do artigo 29.º da LTSAP, 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 o legislador igualmente acautelou.

Para que possam ser devidamente avaliadas, os operadores devem comunicar à ERC todas as alterações que ocorrerem na programação emitida em antena, em face da programação antecipadamente comunicada à ERC e ao público em geral, e as circunstâncias em que estas ocorreram. As comunicações recebidas poderão ser suficientes para que as situações irregulares detetadas nas análises regulares sejam consideradas justificadas, tendo em conta o regime de exceção previsto no n.º 3, do artigo 29.º, da LTSAP.

Assim, pese embora um serviço de programas se possa ter 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 de 2018, e tendo em conta a amostra selecionada, correspondente a uma semana/mês, registou-se um total de 61 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, todavia, identificadas e comunicadas aos operadores e estes instados ao escrupuloso cumprimento dos normativos legais aplicáveis.

Quanto aos serviços disponibilizados pelo operador público, RTP1 e RTP2, as alterações decorreram, em grande parte, do cumprimento das obrigações contidas no Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão (CCSPRT), designadamente quanto à cobertura de provas desportivas.

No âmbito das análises efetuadas, em 2018, foi possível identificar as causas mais frequentes das ocorrências consideradas justificadas nos quatro serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, 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: (i) Necessidade de cobertura informativa imediata de factos de interesse público; (ii) Manifestações desportivas, eventos civis, religiosos e outros, transmitidas em direto, cuja duração não é da responsabilidade do operador; (iii) Problemas técnicos (próprios ou de terceiros) 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 verificados, em 2018, e com total correspondência à maioria dos casos verificados em anos anteriores, origem em erro humano e em opções de natureza editorial deliberadamente tomadas no decurso da emissão.

PUBLICIDADE TELEVISIVA

1. VISÃO GLOBAL

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, 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).

Em 2018, procedeu-se à verificação do cumprimento do tempo reservado à publicidade por amostragem, nos três serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, SIC e TVI.

Foram monitorizadas, com base numa amostra semanal, as emissões dos serviços de programas temáticos, Sport TV África 1, Sport TV3, BTV1, TVC3, SIC Caras, MTV Portugal, TVI24, e o generalista, CMTV.

Estes serviços foram ainda objeto de análise das diversas regras de identificação e inserção da publicidade, nos termos do disposto nos artigos 40.º -A e seguintes da LTSAP.

2. AMOSTRA E METODOLOGIA

O universo de análise da avaliação recaiu sobre as 24 horas de emissão relativas a toda a programação, em períodos temporais delimitados aleatoriamente, com recurso ao visionamento de gravações das emissões e à informação da base de dados da Mediamonitor/MMW.

A fiscalização da emissão dos três serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, SIC e TVI, teve por base uma amostra coincidente com uma semana de cada mês, analisadas cumulativamente no final de cada trimestre. A amostra dos restantes serviços abrangeu uma semana ou um mês de emissão.

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 «[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 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.

Fig.1 – Amostra 2018 – RTP1, SIC e TVI

Meses	Semanas/dias
Janeiro	2 - 08 a 14
Fevereiro	8 - 19 a 25
Março	10 - 5 a 11
Abril	15 - 09 a 15
Maio	20 -14 a 20
Junho	25 - 18 a 24
Julho	30 - 23 a 29
Agosto	32 - 6 a 12
Setembro	37 - 10 a 16
Outubro	42 - 15 a 21
Novembro	47 - 19 a 25
Dezembro	50 - 10 a 16

Fig. 2 – Amostras dos serviços temáticos e generalista - 2018

Serviços de programas	Meses/semanas/pub.	Dias/ins.pub.
SPORT TV África 1	Abril	23 a 29
SPORT TV3	Maio	7 a 13
BTV1	Setembro (20 a 26)	20 a 26
TVC3	Setembro	24 a 30
SIC CARAS	Setembro	24 a 30
MTV	Outubro (8 a 14)	8 a 14
TVI24	Novembro	12 a 18
CMTV	Novembro	19 a 25

3. TEMPO RESERVADO À PUBLICIDADE TELEVISIVA

A verificação do cumprimento do limite de tempo reservado à publicidade foi efetuada tendo presente o disposto no n.º 1 do artigo 40.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pelas Leis n.º 8/2011, de 11 de abril e n.º 40/2014, de 9 de julho, que prevê que o tempo destinado a estas mensagens, «em cada período compreendido entre duas unidades de hora, não pode exceder 10 % ou 20 % consoante se trate de serviços de programas televisivos de acesso condicionado ou de serviços de programas televisivos de acesso não condicionado livre ou não condicionado com assinatura», tendo sido excluídas da contagem do tempo reservado à publicidade as mensagens previstas no n.º 2, do referido artigo, designadamente as autopromoções, as telepromoções e os blocos de televenda, bem como a produção de produtos conexos, ainda que não próprios, diretamente relacionados com os programas dos operadores.

Foram ainda objeto de exclusão do tempo reservado à publicidade as mensagens previstas no artigo 41.º-C, da LTSAP, por não estarem sujeitas a qualquer limitação, designadamente a identificação do patrocínio, a colocação de produto, a ajuda à produção e, ainda, as mensagens respeitantes a serviços públicos ou fins de interesse público e apelos de teor humanitário transmitidas gratuitamente.

A lista das campanhas de publicidade transmitidas gratuitamente é enviada mensalmente pelos operadores à ERC, contendo, entre outras informações, a identificação das mensagens e os respetivos anunciantes.

Esse apuramento passa, assim, por uma avaliação casuística das campanhas elencadas pelo operador, com recurso à sua visualização, a fim de se apurar se as mesmas encerram em si os requisitos necessários ao seu enquadramento na norma de exceção do artigo 41.º-C, da LTSAP.

Nos termos da alínea b) do n.º 3 do artigo 24.º, dos Estatutos da ERC, compete a esta Entidade “fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos publicitários, nas matérias cuja competência não se encontre legalmente conferida ao Instituto do Consumidor e à Comissão de Aplicação de Coimas em Matéria Económica e de Publicidade ou a quaisquer outras entidades previstas no regime jurídico da publicidade».

Em resultado das análises efetuadas e observados os critérios de exclusão previstos nas normas suprarreferidas (com margem de seis segundos), foram apurados, em 2018, na SIC, quatro casos, e na TVI três casos de excesso de publicidade. Na RTP1 não se registou nenhuma situação de ultrapassagem de publicidade comercial, nos termos do disposto no artigo 40.º da LTSAP.

Em 2018, o Conselho Regulador da ERC propôs a abertura de processos de contraordenação, relativos ao tempo de publicidade, registados no serviço de programas SIC, no primeiro trimestre, (Deliberação ERC/2018/197 (PUB-TV), de 20 de setembro de 2018, e quarto trimestre (Deliberação ERC/2019/85 (PUB-TV), de 20 de março de 2019.

Relativamente aos serviços temáticos, foi também proposta a abertura de processo contraordenacional contra o serviço de programas BTV1 (ERC/2019/14 (PUB-TV), de 30 de janeiro de 2019.

Em relação ao serviço de programas TVI, o processo relativo ao 4.º trimestre de 2018 encontra-se ainda em curso.

No que diz respeito à verificação do limite previsto no n.º 1, da Cláusula 23.ª, do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, que limita a publicidade comercial exibida na RTP1 a um máximo de seis minutos por hora, e tendo em atenção o disposto no n.º 6, da mesma Cláusula, foram identificadas três situações com mais de seis minutos (com margem de seis segundos).

Uma vez que esta matéria é da competência do Ministro das Finanças e do Ministro responsável pela área da Comunicação Social, nos termos do CCSPTV, foram comunicados os factos ao Senhor Ministro da Cultura.

4. REGRAS DE INSERÇÃO DE PUBLICIDADE NA TELEVISÃO

No que se refere à inserção de publicidade televisiva, 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.

Foi ainda verificado o princípio de identificação de programas, de acordo com o disposto no artigo 42.º da LTSAP, que refere que «os programas devem ser identificados e conter os elementos relevantes das respetivas fichas artística e técnica», tendo-se registado algumas situações de inobservância deste princípio.

Observou-se ainda, noutras situações, a inexistência de sinalética nos programas, como a colocação de produto, ajudas à produção e patrocínios. No entanto, não se verificaram situações ostensivamente abusivas, sendo de ressaltar o efeito preventivo da sensibilização da ERC na reiteração dos incumprimentos.

5. AVALIAÇÃO DO IMPACTO DOS INTERVALOS NA EMISSÃO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE

5.1 TEMPO DEDICADO AOS INTERVALOS NA EMISSÃO

Na Figura 3, são apresentados os tempos e as percentagens da emissão ocupada com os intervalos, em 2018.

Fig. 3 – Tempo de emissão e percentagem dedicada aos intervalos-2018

Serviços de programas	Emissão (h)	Intervalos (h)	(%)
RTP1	8760	1600	18,3%
RTP2	8760	333	3,8%
SIC	8760	2584	29,5%
TVI	8760	2359	26,9%

Fonte: MMW/ Mediamonitor

A SIC registou o valor mais elevado no que respeita ao número de horas preenchidas com espaços de intervalo, o que corresponde a 29,5 % da emissão do serviço, seguindo-se a TVI, com 26,9 %. A RTP1 ocupou uma percentagem inferior, apenas 18,3 % da emissão, e a RTP2 não foi além dos 3,8 %.

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 1 da cláusula 23.ª do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, que prevê que a RTP1 apenas possa emitir seis minutos por hora de publicidade comercial. Esta é totalmente proibida na RTP2, pelo que a composição dos intervalos é predominantemente constituída por autopromoções, patrocínios e publicidade institucional.

5.2 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 televenda, tendo originado a elaboração de um quadro representativo da composição dos intervalos publicitários, em 2018, conforme demonstrado na Figura 4.

Fig. 4 – Composição dos intervalos (em horas e %) – 2018

Serviços de programas	Intervalos	Autopromoções	(%)	Patrocínios	(%)	Outras mensagens	(%)	Pub comercial	(%)
RTP1	1600	221	13,8%	39	2,4%	101	6,3%	1239	77,4%
SIC	2584	374	14,5%	138	5,3%	62	2,4%	2010	77,8%
TVI	2359	213	9,0%	88	3,7%	66	2,8%	1992	84,4%

Fonte: MMW/ Mediamonitor

Nos três serviços de programas, RTP1, SIC e TVI, as maiores percentagens foram ocupadas pelas autopromoções, com destaque para a SIC, com 14,5 %, seguida pela RTP1 com 13,8 %. Quanto à apresentação dos patrocínios, a SIC apresenta também a maior percentagem com 5,3 %.

As designadas “Outras mensagens”, encontram maior expressão na RTP1, com 6,3 %, o que decorre da sua missão específica de serviço público, sendo que, nos privados, a expressão é menor, nomeadamente na SIC.

Atendendo a que as mensagens identificadas na Figura 4 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, verifica-se que o tempo de intervalo restante é preenchido com publicidade comercial.

Não obstante, cada serviço tem tempos de intervalo diferentes, com a RTP a apresentar cerca de mil horas de diferença, em relação à SIC. A TVI é o serviço que mais tempo dedica à publicidade comercial no conjunto dos intervalos.

Fig.5 – Composição dos intervalos (%) -2018

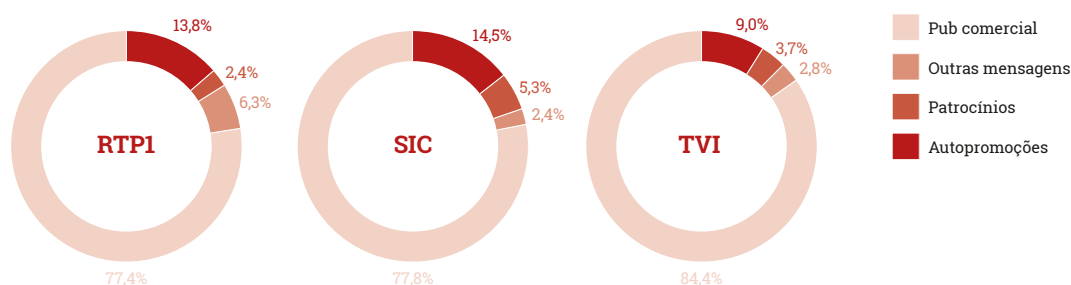


Fig.6 - Tempo de emissão e blocos de tevenda – 2018

Serviços de programas	Emissão (h)	Blocos de tevenda (h)	Blocos de tevenda (%)
RTP1	8760	575	6,6%
SIC	8760	651	7,4%
TVI	8760	523	6,0%

Fonte: MMW/ Mediamonitor

A SIC registou o valor mais elevado no que respeita ao número de horas preenchidas com blocos de tevenda, o que corresponde a 7,4 % do tempo de emissão, seguida da RTP1, com 6,6%, e, por último, a TVI, com 6,0%.

ACESSIBILIDADE DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS POR PESSOAS COM NECESSIDADES ESPECIAIS

1. VISÃO GLOBAL

O Plano Plurianual aprovado pela Deliberação ERC72016/260 (OUT-TV), de 30 de novembro, que entrou em vigor a 1 de fevereiro de 2017, 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, à interpretação por meio de língua gestual portuguesa e à audiodescrição, para o período de 1 de fevereiro de 2017 a 31 de dezembro de 2020, segmentado em períodos temporais distintos (1 de fevereiro de 2017 a 31 de dezembro de 2018 e 1 de janeiro de 2019 a 31 de dezembro de 2020). O referido Plano estipula obrigações distintas para o serviço público de televisão e para os operadores privados.

Assim, para o período que decorreu entre 1 de janeiro e 31 de dezembro de 2018, nos serviços do operador público 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 08h00 e as 00h00, e para os serviços de televisão regionais que integram o serviço público, RTP Madeira e RTP Açores, entre as 8h00 e as 2h00, o Plano Plurianual determina o constante na Figura 1.

Fig.1 – Serviço público de televisão

Obrigações dos serviços generalistas de âmbito nacional e regional e temático de informação

Serviços de programas	LEGENDAGEM/semana	LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA/semana	AUD / ano
	programas de natureza informativa, ficção, documentários ou <i>magazines</i> culturais	Programas de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa, religiosa	Ficção documentários
RTP1 – 08/02h	20h	12h/semana+1 serviço noticioso noturno integral semanal	70h
RTP2 – 08/02h	20h	12h/semana+1 serviço noticioso noturno integral diário	20h
RTP3 – 08/00h		4h/semana+1 serviço noticioso integral semanal	
RTP Madeira e RTP Açores – 08/02h		4h	

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 janeiro a 31 de dezembro de 2018, as obrigações como constam da Figura 2.

A estas obrigações acrescem 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.

Fig.2 – Operadores privados de televisão**Obrigações dos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre**

Serviços de programas	LEGENDAGEM/semana	LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA/semana	AUD / ano
	programas de natureza informativa, ficção, documentários ou <i>magazines</i> culturais	Programas de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa, religiosa	Ficção documentários
SIC e TVI – 08/02h	16h	6h+1 serviço noticioso noturno integral semanal	12h

Obrigações dos serviços de programas generalistas e temáticos de acesso não condicionado com assinatura

Serviços de programas	LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA /semana
	programas de natureza informativa
CMTV, Porto Canal, SIC Notícias, TVI24 - 08/00h	3h+1 serviço noticioso integral semanal

2. CRITÉRIOS E METODOLOGIA

Com o objetivo de verificar o cumprimento do Plano Plurianual, foi efetuada uma análise por amostra de uma semana por trimestre para o apuramento dos tempos de Legendagem para Surdos (LS) e Língua Gestual Portuguesa (LGP). Quanto aos tempos de Audiodescrição (AUD), foi efetuada a análise do universo total de 2018, uma vez que os tempos de programação acompanhados por esta acessibilidade são apurados anualmente.

Durante 2018, esta análise incidiu, de forma regular, sobre os quatro serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, RTP2, SIC e TVI, os serviços de programas regionais do operador público, RTP Madeira e RTP Açores, os generalistas de acesso não condicionado com assinatura, Porto Canal e CMTV, e os temáticos de informação, RTP2, SICN e TVI24.

A análise e compilação da informação tiveram por base os dados da Mediamonitor/MMW e as gravações das emissões.

3. SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

3.1 SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE DE ÂMBITO NACIONAL

Fig.3 – Tempos/semana de programas com LS e LGP (hh:mm:ss)

2018 Semanas	RTP1		RTP2	
	LS-20h	LGP-12h	LS-20h	LGP-12h
2	22:03:35	52:36:50	43:37:35	19:29:46
8	20:47:31	52:05:26	45:11:02	17:51:38
10	21:25:05	50:05:03	44:07:07	19:15:08
15	23:49:34	53:20:51	44:48:01	20:57:22
20	20:55:09	44:37:27	44:25:19	19:27:05
25	14:11:45	41:00:47	40:15:58	20:59:08
30	20:39:24	33:58:18	38:54:28	10:53:05
32	21:41:59	27:20:38	35:17:09	9:09:29
37	21:22:43	45:53:38	41:22:34	10:28:10
42	20:39:28	40:24:34	34:35:07	18:45:50
47	21:02:48	52:30:22	36:49:56	21:06:28
50	17:00:16	54:59:10	43:34:57	19:46:21

Incumprimento

Fig.4 – Tempos/semana de programas com AUD (hh:mm:ss)

2018/semanas	RTP1	2018/semanas	RTP2
	AUD-70h		AUD-20h
1	00:00:00	1	00:00:00
2	00:00:00	2	00:00:00
3	00:00:00	3	00:00:00
4	00:00:00	4	01:21:25
5	00:41:25	5	01:09:20
6	00:43:46	6	01:17:34
7	00:43:31	7	01:23:37
8	02:09:50	8	02:36:19
9	00:43:27	9	02:20:07
10	00:43:41	10	00:00:00
11	02:53:55	11	01:15:02
12	01:21:16	12	02:05:10
13	01:22:42	13	03:51:48
14	01:20:09	14	02:05:16
15	01:23:24	15	04:15:16
16	01:19:40	16	02:05:13
17	01:22:25	17	01:16:28
18	00:38:20	18	00:00:00
19	00:00:00	19	00:00:00
20	01:19:25	20	00:00:00
21	02:42:56	21	00:00:00

22	01:21:56	22	00:00:00
23	01:14:48	23	00:00:00
24	00:39:39	24	00:00:00
25	01:25:43	25	00:00:00
26	03:04:44	26	00:00:00
27	05:08:39	27	00:00:00
28	00:00:00	28	02:26:30
29	00:25:24	29	02:41:36
30	10:56:45	30	00:00:00
31	05:32:26	31	00:00:00
32	05:54:19	32	00:00:00
33	06:50:45	33	00:00:00
34	08:15:09	34	00:25:24
35	08:10:47	35	00:00:00
36	04:08:39	36	00:00:00
37	03:00:56	37	00:00:00
38	01:38:10	38	00:00:00
39	01:38:47	39	00:00:00
40	00:00:00	40	00:00:00
41	00:00:00	41	00:00:00
42	00:00:00	42	00:00:00
43	00:00:00	43	00:00:00
44	03:23:17	44	00:00:00
45	03:36:06	45	00:00:00
46	00:40:16	46	00:00:00
47	00:38:25	47	00:00:00
48	04:16:30	48	00:00:00
49	00:00:00	49	00:00:00
50	00:38:00	50	00:00:00
51	01:35:56	51	01:07:26
52	00:49:18	52	00:00:00
Total	106:35:16	Total	33:43:31

Fig.5 – Evolução de programas com LS e LGP 2018 –RTP1

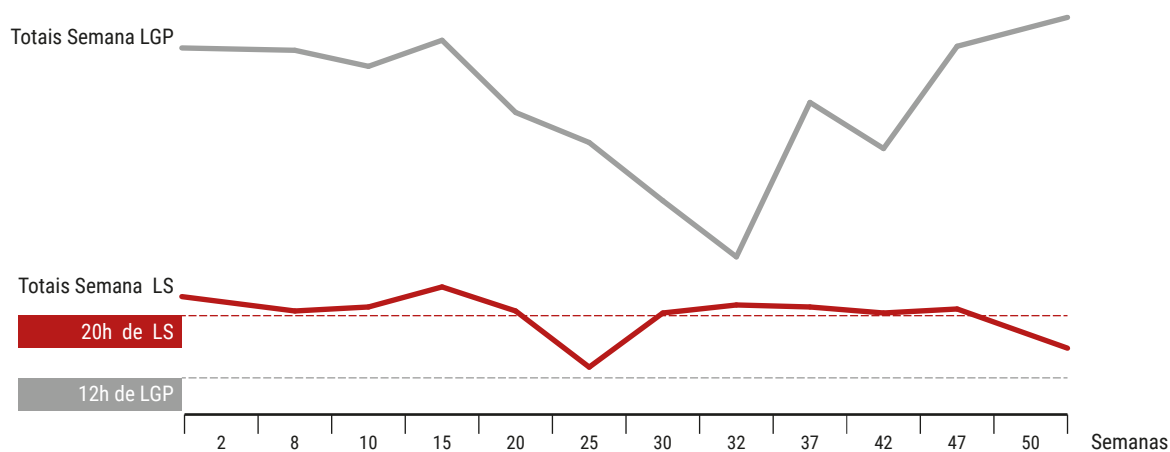
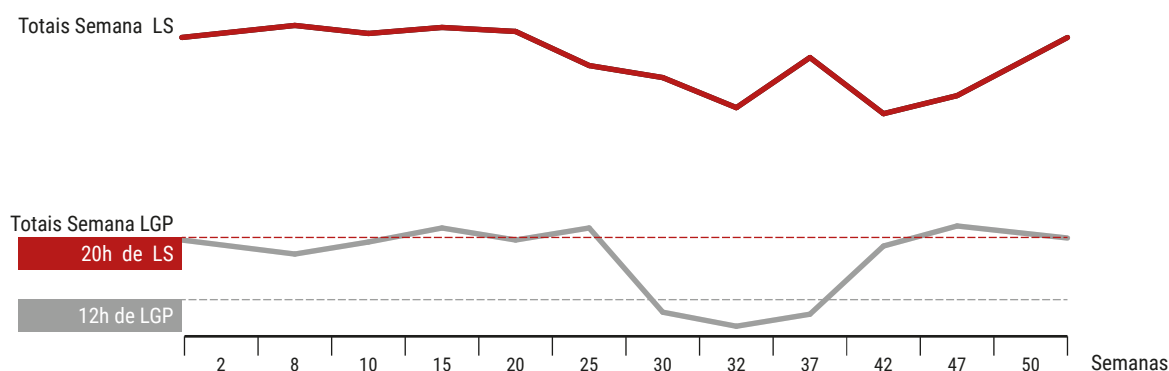


Fig.6 – Evolução de programas com LS e LGP 2018 –RTP2



3.1.1. LEGENDAGEM ESPECIFICAMENTE DESTINADA A PESSOAS COM DEFICIÊNCIA AUDITIVA

Os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de cobertura nacional, RTP1 e RTP2, de acordo com as obrigações previstas no Plano Plurianual, deverão garantir, no horário compreendido entre as 08h e as 02h, vinte horas semanais de programas de natureza informativa, de ficção, documentários ou *magazines* culturais com legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, no período de 1 de janeiro a 31 de dezembro de 2018.

De acordo com as referidas obrigações e pela análise dos dados, a RTP1 atingiu um volume de tempo máximo de cerca de 24 horas (semana 15) e um mínimo de 14 horas (semana 25), não tendo este serviço atingido o volume de horas mínimo em duas das doze semanas analisadas em 2018 (25 e 50), pelo que não cumpriu o mínimo de 20 horas, conforme previsto no Plano Plurianual.

O serviço de programas RTP2 registou um volume de horas que variou entre as 45 horas (semana 8) e as 34 horas (semana 42) de programas com legendagem, incluídos nos géneros previstos no Plano Plurianual, ultrapassando largamente os valores previstos em todas as semanas da amostra.

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 08h e as 02h, 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 janeiro a 31 de dezembro de 2018. A RTP1 deve ainda incluir, com periodicidade semanal, a interpretação integral de um dos serviços noticiosos do período noturno. Também a RTP2 deverá incluir a interpretação integral e diária de um dos serviços noticiosos do período noturno, caso constem da sua grelha de programação.

A RTP1, no período em apreço, apresentou em todas as semanas valores superiores a 27 horas de tempos de programas com interpretação por meio de língua gestual portuguesa e com máximos registados de cerca de 55 horas (semana 50), pelo que, de acordo com o estipulado no Plano Plurianual, o operador não só cumpre como excede em muito o volume de 12 horas previsto como valor mínimo de referência (Figura 5).

O serviço de programas RTP2 quanto aos tempos de programas acompanhados de língua gestual portuguesa, não cumpriu o volume de 12 horas, previsto no Plano Plurianual, nas semanas 30, 32 e 37. Nas restantes semanas, não só cumpre como excede o volume de 12 horas previsto, com a semana 47 a registar o máximo de horas de programas com esta acessibilidade.

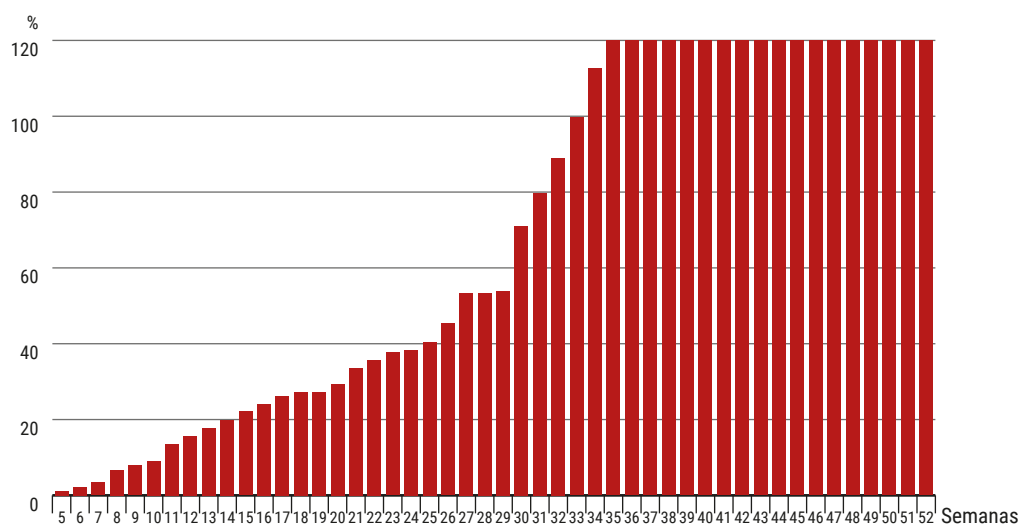
3.1.3. AUDIODESCRIÇÃO

O serviço de programas RTP1 deverá transmitir, no horário compreendido entre as 08h e as 02h, de acordo com o disposto no Plano Plurianual, 70 horas anuais de programas de ficção ou documentários com audiodescrição, no período de 1 de janeiro a 31 de dezembro de 2018.

No período em análise, nem todas as semanas apresentaram programas acompanhados de audiodescrição. Contudo, tratando-se de uma obrigação anual, conclui-se que na semana 34 o operador já tinha atingido o volume de horas previsto no Plano.

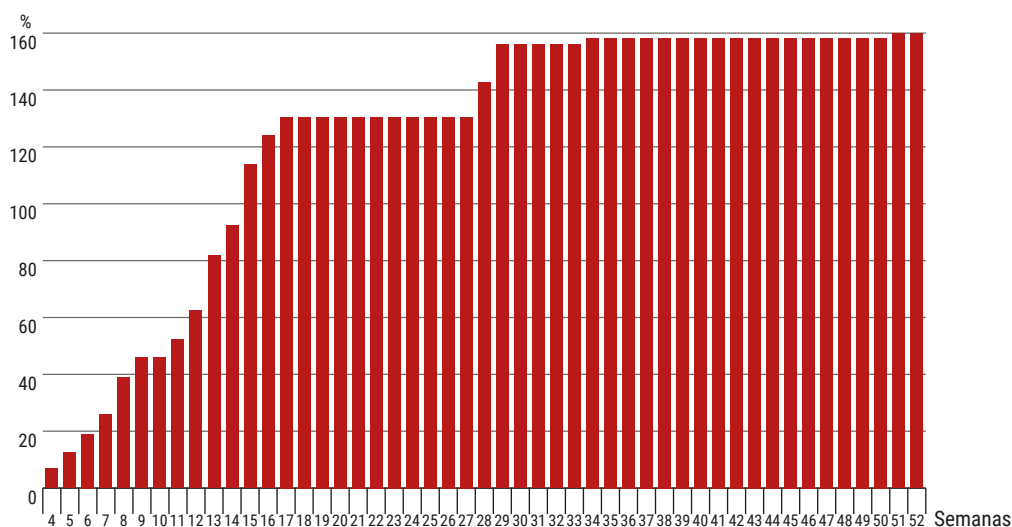
No total de 2018, o serviço RTP1 acompanhou 106h35m de programas com audiodescrição, o que representa 126 % do objetivo fixado.

Fig.7 – Evolução anual de programas com audiodescrição 2018 - RTP 1



O serviço de programas RTP2 deverá transmitir, no horário compreendido entre as 08h e as 02h, de acordo com o disposto no Plano Plurianual, vinte horas anuais de programas de ficção ou documentários com audiodescrição, no período de 1 de janeiro a 31 de dezembro de 2018.

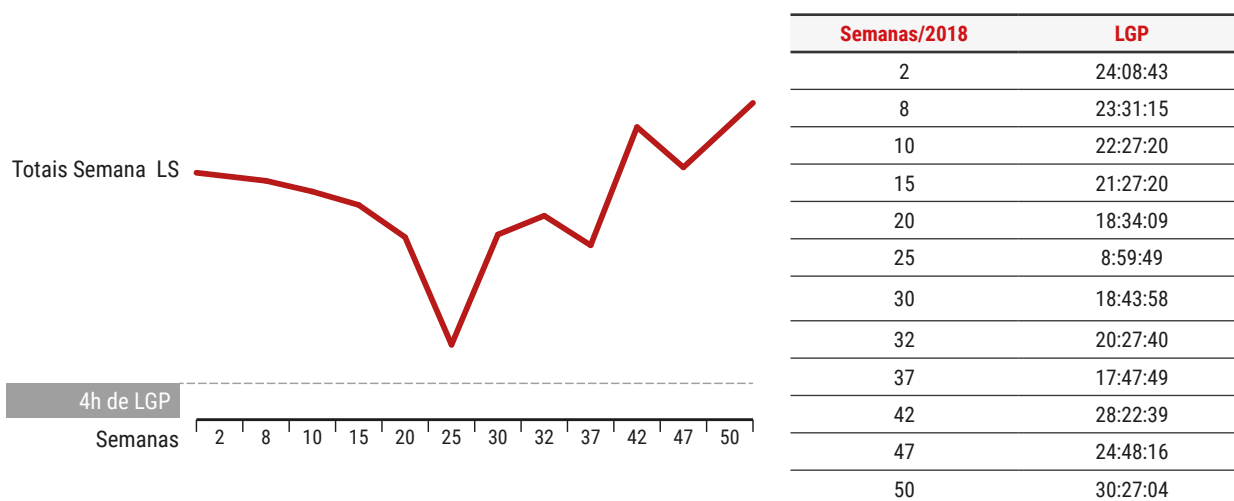
No período em análise, nem todas as semanas apresentaram programas acompanhados de audiodescrição. Tal como se verifica no cumulativo percentual, na semana 15, o serviço de programas atingiu o volume de horas mínimo previsto no Plano, tendo exibido um total de 33h43m, durante 2018, ou seja 164 % do objetivo.

Fig.8 – Evolução anual de programas com audiodescrição 2018 - RTP 2

3.2 SERVIÇO DE PROGRAMAS TEMÁTICO DE ACESSO NÃO CONDICIONADO COM ASSINATURA VOCACIONADO PARA A ÁREA INFORMATIVA

3.2.1. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

O serviço de programas temático informativo RTP3, de acordo com as obrigações previstas no Plano Plurianual, deverá garantir no horário compreendido entre as 08h00 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 de um dos serviços noticiosos, no período de 1 de janeiro a 31 de dezembro de 2018.

Fig.9 – Tempo/semana de programas com LGP- RTP3 (hh:mm:ss)

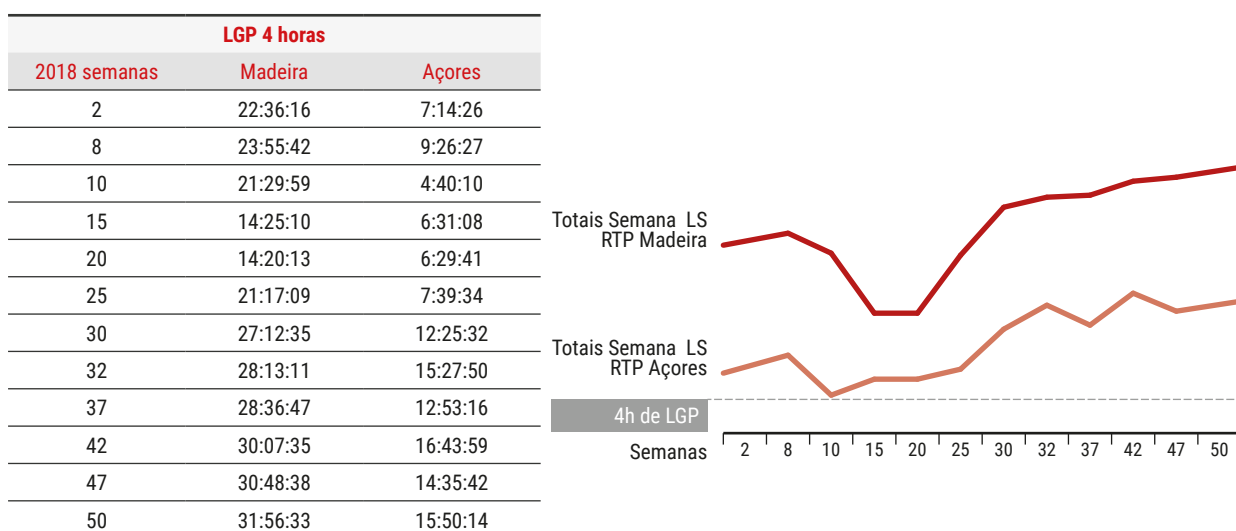
No período em análise, o serviço de programas RTP3 garantiu o volume previsto no Plano Plurianual para programas de natureza informativa acompanhados com interpretação por meio de língua gestual portuguesa (Figura 9), com um mínimo de cerca de 9 horas (semana 25) e um máximo de 30 horas (semana 50).

3.3 SERVIÇO DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE DE ÂMBITO REGIONAL

3.3.1. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

De acordo com as obrigações previstas no Plano Plurianual, os serviços de programas de âmbito regional destinados às Regiões Autónomas, RTP Madeira e RTP Açores, deverão garantir no horário compreendido, entre as 08h e as 02h, 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 janeiro a 31 de dezembro de 2018.

Fig.10 – Tempo/semana de programas com LGP- RTP Madeira e RTP Açores (hh:mm:ss)



No período em análise, a RTP Madeira apresentou, em todas as semanas, valores superiores a 14 horas de tempos de programas com interpretação por meio de língua gestual portuguesa e com máximos registados de 32 horas (semana 50), pelo que, de acordo com o estipulado no Plano Plurianual, o operador não só cumpriu como excedeu o volume de 4 horas aí previsto como valor mínimo de referência.

O serviço de programas RTP Açores apresentou valores máximos de cerca de 17 horas (semana 42) de tempos de programas acompanhados de língua gestual portuguesa, pelo que, de acordo com o estipulado no Plano Plurianual, o operador não só cumpriu como excedeu o volume de 4 horas previsto como valor mínimo de referência.

4. OPERADORES PRIVADOS DE TELEVISÃO

4.1. SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE DE ÂMBITO NACIONAL

Os operadores privados com serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, SIC e TVI, devem garantir no horário compreendido entre as 08h e as 02h, 16 horas semanais, no período de 1 de janeiro a 31 de dezembro de 2018 de programas de natureza informativa, de ficção, documentários ou *magazines* culturais com legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva.

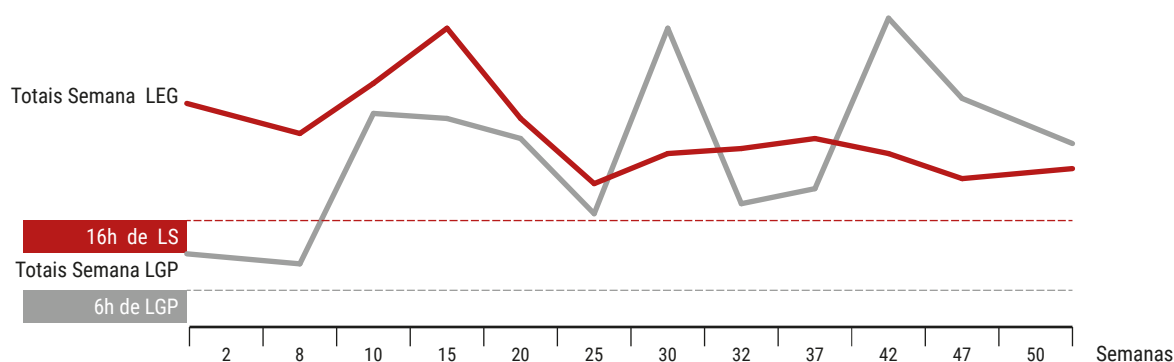
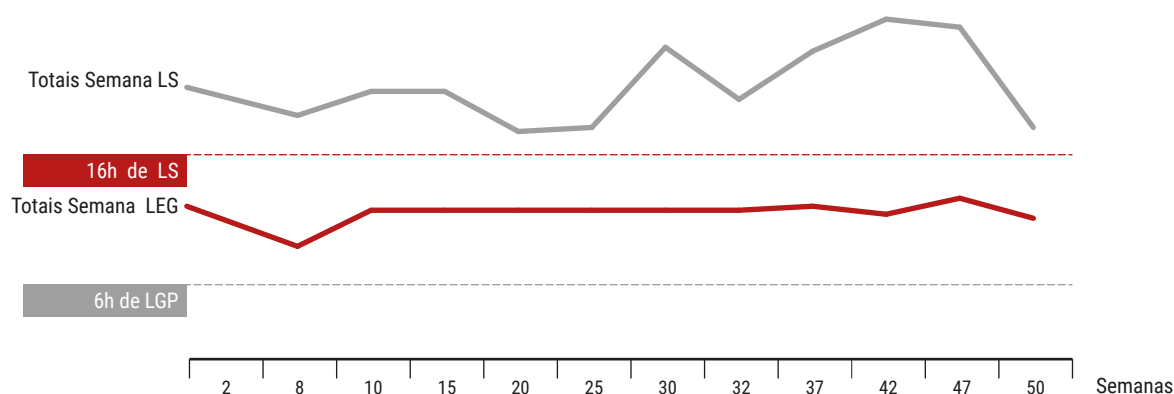
Devem ainda garantir seis horas semanais de programas de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, incluindo, com periodicidade semanal, a interpretação integral de um dos serviços noticiosos do período noturno.

Fig.11 – Tempos/semana de programas com LS e LGP (hh:mm:ss)

2018 Semanas	SIC		TVI	
	LS-16h	LGP-6h	LS-16h	LGP-6h
2	21:37:28	14:22:42	20:48:03	11:59:53
8	20:03:45	13:48:23	19:11:59	09:39:00
10	22:30:39	21:02:30	20:34:24	11:49:22
15	25:10:35	20:47:05	20:35:12	11:38:54
20	20:52:08	19:48:55	18:14:00	11:47:22
25	17:41:48	16:25:11	18:29:26	11:49:38
30	19:14:01	25:05:25	23:10:07	11:40:18
32	19:25:10	16:51:12	20:16:36	11:44:36
37	19:56:55	17:36:10	23:06:39	12:00:06
42	19:18:17	25:43:19	24:57:25	11:33:05
47	18:06:52	21:45:47	24:32:31	12:31:15
50	18:21:48	19:41:50	18:29:28	11:16:23

Fig.12 – Tempos/semana de programas com AUD (hh:mm:ss)

SIC		TVI	
2018/semanas	AUD-12h	2018/semanas	AUD-12h
Semana 1 (1 a 8 jan.)	01:32:25	Semana 2 (8 a 14 de jan.)	01:32:25
Semana 8 (19 a 25 fev.)	01:29:32	Semana 8 (19 a 25 de fev.)	01:29:32
Semana 14 (2 a 8 abr.)	01:30:40	Semana 15 (9 a 15 de abr.)	02:30:57
Semana 18 (30 abr.a 6 maio)	00:44:59	Semana 16 (16 a 22 de abr.)	02:31:16
Semana 26 (25 jun. a 1 jul.)	01:32:23	Semana 17 (23 a 29 de abr)	02:38:38
Semana 28 (9 a 15 de jul.)	00:44:20	Semana 18 (30 de abr.a 6 de maio)	02:26:20
Semana 31 (30 jul. a 5 ago.)	00:45:03	Semana 19 (7 a 13 de maio)	02:48:24
Semana 40 (1 a 7 out.)	00:44:08	Semana 21 (21 a 27 de maio)	02:24:35
Semana 41 (8 a 14 out.)	00:43:39	Semana 22 (28 de maio 3 de jun.)	02:47:18
Semana 42(15 out. a 21 out.)	00:44:08	Semana 23 (4 a 10 de jun.)	02:39:53
Semana 43 (22 a 28 out.)	00:43:24	Semana 24 (11 a 17 de jun.)	02:38:25
Semana 47 (19 a 25 de nov.)	00:44:41	Semana 25 (18 a 24 de jun.)	01:42:04
Semana 52 (24 a 30 dez.)	09:24:09		
Total	21:23:31	Total	28:09:47

Fig. 13 – Evolução de tempos de programas com LS e LGP 2018 - SIC**Fig. 14 – Evolução de tempos de programas com LS e LGP 2018 - TVI**

4.1.1. LEGENDAGEM ESPECIFICAMENTE DESTINADA A PESSOAS COM DEFICIÊNCIA AUDITIVA

O serviço de programas SIC disponibilizou programas acompanhados de legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, tendo cumprido o volume de horas previsto na totalidade das semanas analisadas. Assim, acompanhou programas com esta acessibilidade entre um mínimo de 17 horas (semana 25) e um máximo de 25 horas (semana 15).

O serviço de programas TVI registou um volume de horas que oscilou entre um mínimo de 18 horas (semanas 20, 25 e 50) e um máximo de cerca de 25 horas (semana 42), de programas com legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, incluídos nos géneros previstos no Plano Plurianual.

4.1.2. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

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, com um mínimo de 13 horas (semana 8) e um máximo registado de mais de 25 horas (semana 42).

A 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, com um mínimo de pouco mais de 9 horas (semana 8) e com valor máximo de 12 horas (semanas 37 e 47).

Ambos os serviços garantiram a interpretação integral de um serviço noticioso noturno.

4.1.3. AUDIODESCRIÇÃO

Os serviços de programas SIC e TVI devem transmitir no horário compreendido entre as 08h e as 02h, de acordo com o disposto no Plano Plurianual, doze horas anuais de programas de ficção ou documentários com audiodescrição, no período de 1 de janeiro a 31 de dezembro de 2018.

Fig.15 – Evolução anual de programas com audiodescrição 2018 - SIC

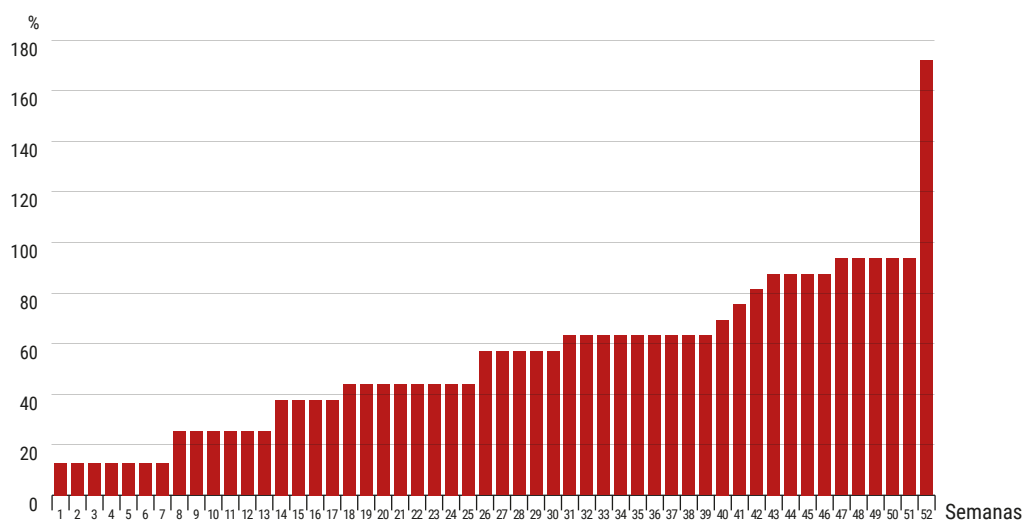
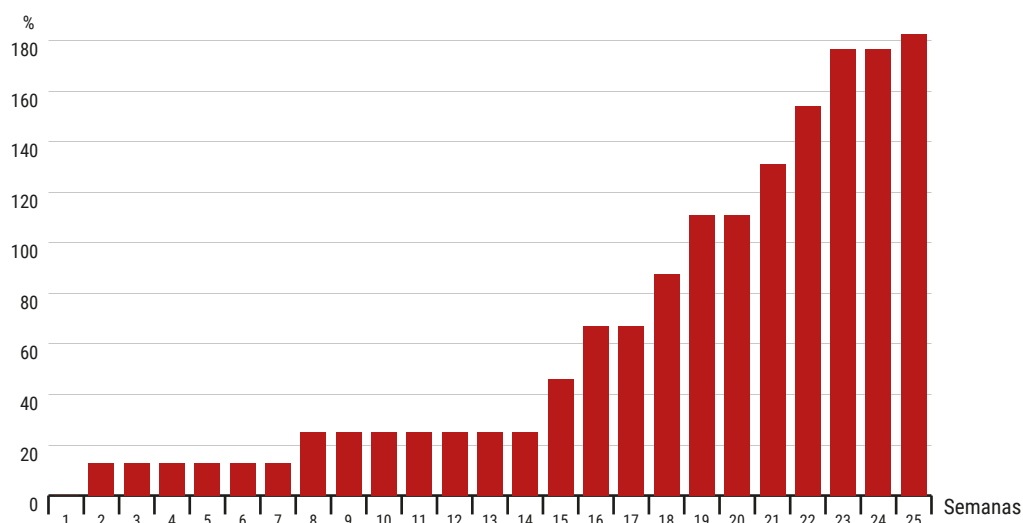


Fig.16 – Evolução anual de programas com audiodescrição 2018 - TVI



Em 2018, o serviço de programas SIC cumpriu o estipulado no Plano Plurianual, com um total de 21h23m de programas acompanhados de audiodescrição, sendo a semana 52 aquela em que foi disponibilizado o maior número de horas com esta acessibilidade, quase duplicando o percentual de horas em relação ao atingido na semana 47. Isto decorre do volume de programas de animação com audiodescrição no período de Natal.

O serviço de programas TVI também cumpriu o estipulado no Plano Plurianual, com um total de 28h09m de programas acompanhados por audiodescrição. De salientar que na semana 19 já tinha ultrapassado o volume mínimo de 12 horas previsto no Plano.

4.2. SERVIÇOS 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 08h00 e as 00h00, de garantir três 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.17 – Tempo/semana de programas com LGP (hh:mm:ss)

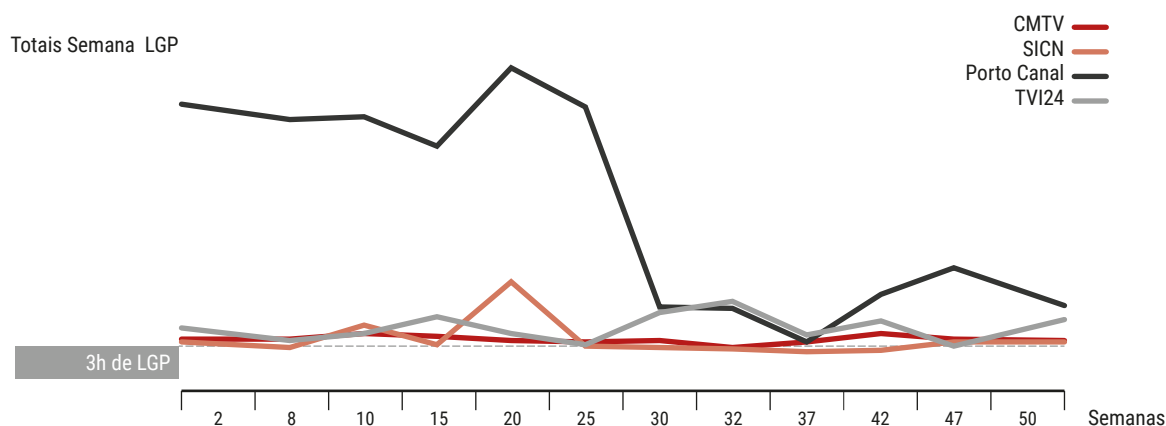
Semanas 2018	CMTV	TVI24	SICN	Porto Canal
2	3:43:50	4:32:01	3:29:09	20:31:00
8	3:45:19	3:36:13	3:05:25	19:27:00
10	4:05:46	4:08:26	4:43:34	19:37:00
15	3:55:37	5:18:11	3:19:02	17:32:00
20	3:39:12	4:09:23	7:46:39	23:04:00
25	3:32:21	3:17:08	3:14:46	20:20:00
30	3:36:08	5:39:46	3:06:43	6:00:00
32	3:04:47	6:22:41	3:01:31	5:54:00
37	3:28:38	4:03:08	2:48:31	3:30:00
42	4:09:16	5:01:59	2:56:45	6:54:00
47	3:45:16	3:13:36	3:28:55	8:52:00
50	3:35:53	5:09:44	3:30:40	6:09:00
				Incumprimento

O serviço de programas CMTV exibiu mais de 3 horas 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, em todas as semanas analisadas.

A TVI24 também cumpriu as obrigações assinaladas, dobrando os valores propostos na semana 32, com 6h22m.

A SIC Notícias também alcançou os valores previstos, à exceção das semanas 37 e 42, nas quais se situou ligeiramente aquém do previsto.

Relativamente ao Porto Canal assinala-se um volume de horas de programação bastante superior, na ordem das 20 horas, até à semana 25, sendo que nas restantes continua a ultrapassar o previsto no Plano.

Fig.18 – Evolução dos tempos de programas com LGP

5. REGRAS COMPLEMENTARES

Durante o período analisado não foram observados conteúdos passíveis de aplicação das normas 13.1. e 13.2. 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 candidatos aos atos eleitorais que foram integralmente objeto de interpretação por meio de língua gestual portuguesa.

Tendo em atenção a norma 13.3. e 13.6. 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.

6. PROCESSOS CONTRAORDENACIONAIS

Em 2018, em sequências das ações de fiscalização supra, o Conselho Regulador deliberou quatro decisões em processos contraordenacionais, relativos ao acompanhamento das emissões por pessoas com necessidades especiais, nos termos do disposto no artigo 76.º, n.º 1, alínea a), da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, com fundamento no desrespeito do artigo 34.º, n.º 3 da LTSAP.

Fig.19 – Deliberações e Decisões sobre Acessibilidades 2018

Operador	Serviço de programas	Infração	Deliberação / Decisão
Avenida dos Aliados – Sociedade de Comunicação, S.A.	Porto Canal	Indício de incumprimento das obrigações contidas no Plano Plurianual em matéria de língua gestual portuguesa no 3.º trimestre de 2017	Abertura de processo Deliberação ERC/2018/8 (PROG-TV), de 31 janeiro de 2018 Aguarda decisão final
Rádio e Televisão de Portugal, S.A.	RTP1	Incumprimento das obrigações contidas no Plano Plurianual em matéria de legendagem destinada a pessoas com deficiência auditiva no 1.º trimestre de 2017	Admoestação Deliberação ERC/2018/63 (PROG-TV-PC), de 18 de abril 2018
Rádio e Televisão de Portugal, S.A.	RTP1	Incumprimento das obrigações contidas no Plano Plurianual em matéria de legendagem destinada a pessoas com deficiência auditiva no 2.º trimestre de 2016	Arquivamento Informação de 7/11/2018
Rádio e Televisão de Portugal, S.A.	RTP 2	Indício de incumprimento das obrigações contidas no Plano Plurianual em matéria de língua gestual portuguesa no 3.º trimestre de 2017	Abertura de processo Deliberação ERC/2018/123 (OUT-TV), de 14 de junho de 2018 Aguarda decisão final

7. ESTUDO SOBRE A QUALIDADE DA LEGENDAGEM

Na sequência do desenvolvimento do Estudo sobre a qualidade de legendagem para surdos nos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, aprovado pela Deliberação ERC/2018/246 (OUT-TV), de 3 de dezembro, conclui-se que existe um caminho de melhoramentos a fazer nesta matéria que podem ser propiciados pelas alterações tecnológicas.

Diagnosticadas as lacunas e em linha com as recomendações sugeridas no Plano Plurianual, recomendou-se aos operadores o uso de sistemas que permitam quer ao nível da sincronização, quer da estrutura de adaptação soluções mais adequadas às necessidades dos públicos com surdez. Mais se verificou que diferentes segmentos etários e de géneros de programas poderão requerer adaptações diferenciadas. Por exemplo, os programas infantis e juvenis, público-alvo de 7 ou de 12 anos, deverão obedecer a critérios mais rigorosos, dado tratar-se de uma fase de aprendizagem.

De salientar que, para efeitos da sistematização de normas e recomendações, foi desenvolvido um Guia de Boas Práticas com orientações que visam constituir um modelo para a adaptação (tradução e/ ou “adaptação”) da componente “sonora” (verbal e não verbal) do texto audiovisual nos programas gravados.

Estas orientações aplicam-se à legendagem para surdos intra e interlinguística em programas televisivos, como por exemplo filmes, séries, telenovelas, documentários, entre outros.

Este guia reflete ainda a necessidade de homogeneidades entre os serviços de programas, pelo que se recomenda que todos utilizem o mesmo código e as mesmas regras, tais como as cores e os ícones, adoção que deverá ser feita de forma coordenada entre os vários serviços de programas.

NÍVEIS DE VOLUME DE SOM NAS EMISSÕES TELEVISIVAS

1. VISÃO GLOBAL

Em 2018, foram medidos pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante ERC) os níveis de volume de som de 16 serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional, não se tendo registado grandes flutuações dos níveis de som entre os programas, blocos publicitários e autopromoções.

Assim, os níveis de sensação de intensidade auditiva consideram-se adequados no intervalo ± 1 LU com referência aos-23 LUFS.

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 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 (LTSAP) 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.

2. PRINCÍPIOS ORIENTADORES

Nos termos da Diretiva 2016/1 e de acordo com as recomendações da EBU²⁴⁴, 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 ± 1 LU (*Loudness Unit*)²⁴⁵.

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.

²⁴⁴ 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.

²⁴⁵ 1 LU = 1 Db (decibel).

3. AMOSTRA E METODOLOGIA

Com base numa amostra aleatória sistemática e através da seleção de um dia por trimestre de cada serviço de programas.

Esta amostra considerou os seguintes critérios:

1. Diferentes períodos horários;
2. Quatro horas seguidas de programação;
3. Análise da autopromoção para períodos de amostragem.

Os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, RTP1, SIC e TVI, foram avaliados um por trimestre, através de uma amostra não probabilística ao longo de 2018. Foram também avaliados, em datas pontuais, eventos de grandes audiências, transmitidos nos serviços de programas generalistas de acesso livre, como seja o “Festival Eurovisão da Canção 2018” (transmitido entre os dias 18 de fevereiro e 4 de março, sendo a final no dia 12 de maio, programa analisado na totalidade).

A mesma amostra e os mesmos critérios foram aplicados aos serviços de programas temáticos, tendo sido, no 1.º trimestre, os temáticos de cinema, no 2.º trimestre, os de desporto, no 3.º trimestre, os religiosos e, no 4.º trimestre, os infantis/juvenis. A distribuição dos serviços de programas generalistas e temáticos foi a demonstrada na Figura 1.

Fig.1 - Amostra das ações de supervisão sobre o Volume de Som -2018

Amostra 2018															
Serviço de Programas	1º trimestre			Serviço de Programas	2º trimestre			Serviço de Programas	3º trimestre			Serviço de Programas	4º trimestre		
	Dia	Período	Horário		Dia	Período	Horário		Dia	Período	Horário		Dia	Período	Horário
RTP1	17-Jan	9h00-13h00		SIC	11-Abr	9h00-13h00		TVI	21-Jul	20h00-24h00		SIC K	29-Out	14h00-18h00	
	09-Fev	14h00-18h00			18-Mai	14h00-18h00			13-Ago	14h00-18h00			17-Nov	20h00-24h00	
	24-Mar	20h00-24h00			23-Jun	20h00-24h00			20-Set	20h00-24h00			19-Dez	9h00-13h00	
Hollywood	15-Jan	9h00-13h00		RTP1	12-Mai	10h-13h 20h-1h00		TV Canção Nova	29-Jul	20h00-24h00		Panda	19-Out	9h00-13h00	
	03-Mar	14h00-18h00			29-Abr	9h00-13h00			15-Ago	14h00-18h00			10-Nov	20h00-24h00	
	26-Jan	20h00-24h00			Benfica TV	21-Mai	14h00-18h00			12-Set	20h00-24h00			02-Dez	14h00-18h00
Cinemundo	24-Jan	9h00-13h00			27-Jun	20h00-24h00		Kuriakos	09-Jul	9h00-13h00		Biggs	20-Out	14h00-18h00	
	03-Fev	14h00-18h00		13-Abr	9h00-13h00		18-Ago		20h00-24h00		07-Nov		9h00-13h00		
	28-Fev	20h00-24h00		Sorting TV	17-Mai	14h00-18h00			23-Set	14h00-18h00			18-Dez	20h00-24h00	
TVC1	26-Jan	9h00-13h00			23-Jun	20h00-24h00		Angelus TV	21-Jul	14h00-18h00					
	15-Fev	14h00-18h00		09-Abr	9h00-13h00		15-Ago		9h00-13h00						
	11-Mar	20h00-24h00		Sport TV1	12-Mai	14h00-18h00			07-Set	20h00-24h00					
					17-Jun	20h00-24h00									

Com recurso ao *software Nugen Audio Vism-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, transmitidos durante o período em análise;
- ii) Medição do nível de sensação de intensidade auditiva dos eventos identificados, através do programa *Nugen Audio Vism-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 aos eventos analisados em 2018 apuraram-se os resultados constantes da Figura 2.

Fig.2 - Resultados da supervisão sobre Volume de Som nos serviços de Programas RTP1, SIC e TVI - 2018

Serviço de programa	Evento	1.º Trimestre		2.º Trimestre		3.º Trimestre	
		LUFS	Nível sonoro	LUFS	Nível sonoro	LUFS	Nível sonoro
RTP1	Programação	22,8	Adequado	22,8	Adequado		
	Autopromoção	22,7	Adequado	22,1	Adequado		
	Publicidade	22,6	Adequado	22,8	Adequado		
SIC	Programação			22,7	Adequado		
	Autopromoção			22,8	Adequado		
	Publicidade			22,7	Adequado		
TVI	Programação					23,4	Adequado
	Autopromoção					22,3	Adequado
	Publicidade					22,4	Adequado

Nota: Os valores por trimestre são obtidos através de uma média logarítmica.

Pela análise dos valores sonoros médios da programação, publicidade e autopromoções, os valores integrados de intensidade auditiva para cada evento determinado nos dias selecionados relativamente aos serviços de programas RTP, SIC e TVI, através dos quais é possível inferir que, na totalidade, os programas, os espaços publicitários e as autopromoções analisados registaram níveis de volume sonoro adequados ($- 23$ LUFS, ± 1 LU).

Fig.3. Resultados da supervisão sobre Volume de Som nos serviços temáticos-2018

Serviço de programa	Evento	LUFS	Nível sonoro
Hollywood	Programação	-24,1	Adequado
	Autopromoção	-22,9	Adequado
	Publicidade	-23,0	Adequado
Cinemundo	Programação	-19,6	Alto ●
	Autopromoção	-21,2	Alto ●
	Publicidade	-20,8	Alto ●
TVC 1	Programação	-22,9	Adequado
	Autopromoção	-23,9	Adequado

BTV 1	Programação	-21,1	Adequado
	Autopromoção	-22,6	Adequado
	Publicidade	-22,2	Adequado
Sporting TV	Programação	-21,5	Adequado
	Autopromoção	-22,5	Adequado
	Publicidade	-22,7	Adequado
Sport tv1	Programação	-22,8	Adequado
	Autopromoção	-22,7	Adequado
	Publicidade	-23,0	Adequado
TV Canção Nova	Programação	-20,5	Alto ●
	Autopromoção	-22,2	Adequado
	Publicidade	-22,2	Adequado
Kuriakus TV	Programação	-24,1	Adequado
	Publicidade	-22,6	Adequado
	Autopromoção	-23,2	Adequado
Angelus TV	Programação	-21,5	Adequado
	Autopromoção	-22,4	Adequado
	Publicidade	-22,1	Adequado
SIC K	Programação	24,2	Adequado
	Publicidade	23,0	Adequado
	Autopromoção	24,3	Adequado
Canal Panda	Programação	-22,1	Adequado
	Autopromoção	-22,7	Adequado
	Publicidade	-22,9	Adequado
Panda Bliggs*	Programação	-21,6	Adequado
	Autopromoção	-23,8	Adequado
	Publicidade	-23,1	Adequado

● Serviço de programas que ultrapassa o nível adequado de som (- 23 LUFS, ± 1 LU)

*Alteração da denominação para Bliggs, em novembro de 2018

Em relação à medição do volume sonoro dos serviços temáticos de cinema Hollywood e TVC1, estes apresentam níveis de volume de som adequados, não se registando quaisquer oscilações entre a programação, publicidade e autopromoção, níveis (-23 LUFS, ± 1 LU).

De salientar que o canal temático de cinema Cinemundo apresenta níveis de volume sonoro altos, na programação, na publicidade e nas autopromoções. O operador foi notificado, tendo assumido estas desconformidades, com base em fatores externos, comprometendo-se à regularização das emissões de acordo com a Diretiva 2016/1. Em setembro de 2018, foram novamente medidos os níveis de volume de som, não se registando quaisquer flutuações entre os seus programas, blocos publicitários e as autopromoções (níveis -23 LUFS, ± 1 LU).

Relativamente às medições dos volumes sonoros dos serviços temáticos desportivos SPORT TV1, BTV1 e Sporting TV, estes apresentaram níveis de volume sonoro adequados, não se registando oscilações entre a programação, a publicidade e as autopromoções (níveis -23 LUFS, ± 1 LU).

Pela análise dos valores sonoros médios da programação, publicidade e autopromoções, nos dias selecionados relativamente aos serviços de programas temáticos religiosos Angelus TV e Kuriakus TV, estes apresentaram níveis de volume de som adequados (-23 LUFS, ± 1 LU).

Em relação ao canal temático religioso TV Canção Nova, este encontra-se com um volume de som alto (abaixo dos -23 LUFS) em alguns dos programas emitidos, não se tendo registado oscilações no volume sonoro na publicidade e autopromoções (níveis -23 LUFS, ± 1 LU).

Por fim, foram medidos os volumes de som dos serviços temáticos infantis Canal Panda, Panda Biggs e SIC K, que apresentaram níveis médios de volume de som adequados (níveis -23 LUFS, ± 1 LU).

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

1. VISÃO GLOBAL

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 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.

Em 2018, a tendência de cumprimento da exibição de programas originariamente em língua portuguesa aproximou-se à registada em 2017. Assim, no operador de serviço público, apenas a RTP2 não garantiu o cumprimento dos 50 %.

Relativamente aos demais serviços de programas, continuam a registar-se percentagens bastante baixas nos serviços de programas temáticos de cinema e infantis/juvenis, o que reverte numa franja bastante residual de obras criativas em língua portuguesa.

Outros serviços que dada a sua natureza temática incluem uma percentagem diminuta de obras criativas em língua portuguesa são os serviços de informação.

Assinala-se ainda a inexistência de obras criativas em língua portuguesa no serviço de programas CMTV que, dada a sua natureza generalista, deverá incluir nas emissões programação dos géneros subsumíveis naquele conceito.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

DEFINIÇÕES

- Programa originariamente em língua portuguesa – Programas produzidos em língua portuguesa;
- 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);
- 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).

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-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 44.º, da LTSAP), sendo contabilizadas apenas as primeiras cinco exposições de cada obra, independentemente do ano em que sejam exibidas (n.º 4, do artigo 44.º, 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 5 do mesmo artigo.

3. PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA

PROGRAMAS CRIATIVOS EM LÍNGUA PORTUGUESA

Os valores apurados, em 2018, relativos à totalidade das emissões de cada serviço de programas de cobertura nacional são cotejados com o ano de 2017 de forma a se aferir a evolução, em pontos percentuais, dos diversos serviços dos 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 estão sujeitos ao cumprimento do disposto no artigo 44.º da LTSAP. Contudo e tendo os operadores disponibilizado os dados, estes foram analisados apenas para efeitos estatísticos.

Assim, foram analisados quarenta e oito serviços de programas, dos quais quatro são de âmbito internacional e dois regionais.

Assinala-se ainda que o serviço de programas autorizado, em 2018, S+, não completou um ano de emissão até ao final do ano em análise, pelo que este conjunto de obrigações legais, fundadas na análise de um ano de emissão, só será aferido em 2019.

Mais se refere que foi revogada a autorização do serviço de programas TV Fátima pelo que os dados relativos ao mesmo não serão considerados para efeito de avaliação no presente relatório.

Pela leitura da Figura 1, verifica-se que as descidas mais significativas nas obras em língua portuguesa ocorreram nos serviços de programas dos operadores NOS e SPORT TV. Contudo, enquanto no primeiro a percentagem, já mínima, desceu em todos os serviços de programas, no operador SPORT TV esta situou-se acima dos 50 %.

Relativamente às obras criativas, as descidas mais expressivas, face a 2017, registaram-se nos serviços de programas do operador NOS. De assinalar que a RTP2 se continua a situar aquém das quotas previstas, quer nos programas originariamente em língua portuguesa, quer nas obras criativas.

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 (%)		
		2017	2018	Var.17/18	2017	2018	Var.17/18
RTP	RTP1	84,2	83,8	▼	42,1	37,8	▼
	RTP2	46,2	47,0	▲	19,7	19,6	▼
	RTP3	93,7	95,5	▲	10,0	9,9	▼
	RTP Internacional*	97,2	97,1	▼	43,2	41,1	▼
	RTP África	97,0	96,5	▼	44,1	39,7	▼
	RTP Memória	77,3	78,8	▲	45,6	43,1	▼
	RTP Madeira*	95,6	96,9	▲	19,2	18,0	▼
	RTP Açores*	98,0	98,8	▲	51,7	50,5	▼
SIC	SIC	77,9	79,5	▲	49,9	50,3	▲
	SIC Radical	30,6	28,4	▼	15,7	19,8	▲
	SIC Mulher	24,3	25,9	▲	16,5	17,2	▲
	SIC K	15,6	13,4	▼	7,1	6,5	▼
	SIC Notícias	94,4	94,0	▼	2,5	2,2	▼
	SIC Caras	52,3	44,1	▼	37,8	33,5	▼
TVI	TVI	91,7	94,7	▲	51,8	50,5	▼
	TVI 24	99,1	99,4	▲	6,7	6,3	▼
	TVI Ficção	100,0	100,0	=	57,3	46,0	▼
NOS PUB. e CONTEÚDOS	TVC1	1,1	0,5	▼	1,0	0,4	▼
	TVC2	3,6	2,5	▼	1,5	1,6	▲
	TVC3	0,9	0,1	▼	0,7	0,1	▼
	TVC4	0,8	0,3	▼	0,6	0,3	▼
NOS LUSOMUNDO TV	TV Séries	0,5	0,0	▼	0,5	0,0	▼
DREMIA	Canal Panda	3,7	1,9	▼	1,7	0,0	▼
	Biggs	0,0	26,2	▲	0,0	20,7	▲
	Hollywood	0,3	0,0	▼	0,3	0,0	▼
	Canal BLAST**	0,2	1,6	▲	0,1	0,0	▼
CINEMUNDO	Cinemundo	1,7	3,4	▲	0,0	0,8	▲
SPORT TV	Sport TV 1	85,8	70,1	▼	0,6	1,4	▲
	Sport TV 2	90,6	68,0	▼	0,1	0,1	=
	Sport TV 3	84,0	58,0	▼	0,1	0,2	▲
	Sport TV 4	80,1	64,9	▼	0,3	0,5	▲
	Sport TV 5	56,6	43,9	▼	1,3	1,9	▲
	Sport TV África 1**	99,9	99,9	=	15,5	15,8	▲
	Sport TV+	83,0	77,4	▼	35,6	36,8	▲
NEXT TV	RTV	100,0	100,0	=	4,3	5,3	▲
	MVM	100,0	100,0	=	0,8	0,5	▼
CANAL Q	Q	99,9	100	▲	24,1	20,4	▼
AVENIDA DOS ALIADOS	Porto Canal	97,1	98,6	▲	24,8	41,6	▲
BENFICA TV	BTV1	100,0	100	=	17,5	16,0	▼
FILMES HOTGOLD	Hot TV	13,6	9,8	▼	13,1	8,1	▼

MTV NETWORKS	MTV Portugal	45,3	43,8	▼	45,3	43,8	▼
OSTV	Canal 180	62,6	62,0	▼	40,9	40,2	▼
CANALVISÃO	Localvisão TV	100,0	100	=	1,1	0,3	▼
VICRA COMUNICAÇÕES	A Bola TV	87,6	88,9	▲	14,4	11,8	▼
COFINA	Correio da Manhã TV	90,8	91,1	▲	0,0	0,0	=
SPORTING PLATAFORMAS	Sporting TV	100,0	100,0	=	84,6	83,4	▼
MOTES & IDEIAS	Kuriakos TV	94,0	97,8	▲	83,5	81,2	▼
SANDRA BASTOS DIAS	Angelus TV	---	86,0	---	---	36,8	---

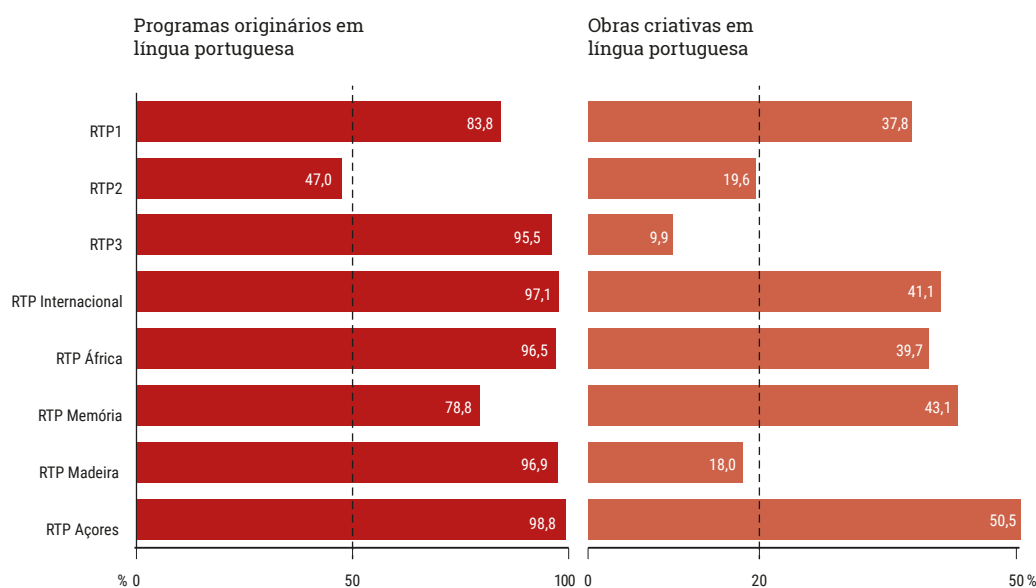
*Os serviços de programas de âmbito regional não estão obrigados ao cumprimento do artigo 44.º da LTSAP.

** Os serviços de programas de âmbito internacional não estão obrigados ao cumprimento do artigo 44.º da LTSAP.

4. DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA POR OPERADOR

RTP - Rádio e Televisão de Portugal

Fig. 2 – Programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa (%)

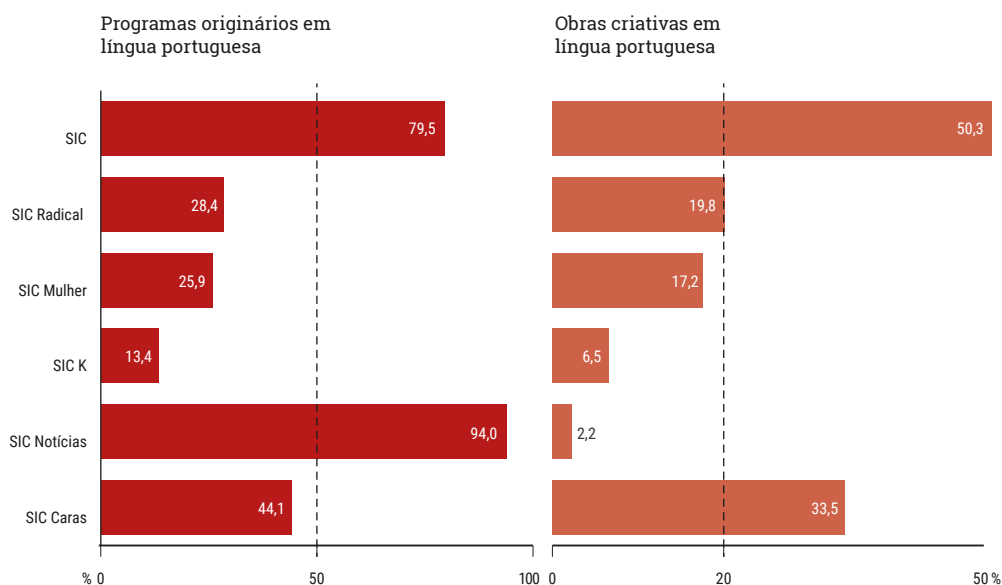


As emissões dos serviços de programas do operador RTP são predominantemente em língua portuguesa, pelo que se assinala o cumprimento das normas enunciadas. Contudo, assinala-se que as quotas apresentadas pela RTP2, quer em matéria de obras em língua portuguesa, quer de obras criativas, se continuam a situar abaixo das obrigações previstas, em especial nos programas em língua portuguesa.

Em matéria de exibição de obras criativas, a RTP3 também se situa abaixo da quota mínima. Não obstante, sendo um serviço de programas temático de informação, atende-se às obrigações do operador em matéria de informação, que não se coadunam com programação de natureza criativa.

SIC - Sociedade Independente de Comunicação

Fig. 3 – Programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa (%)

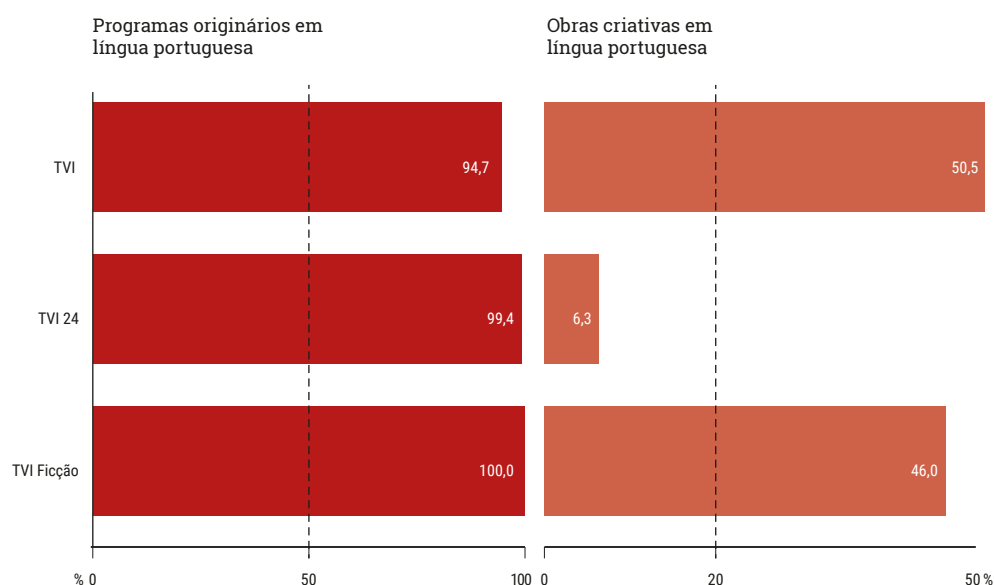


O operador SIC cumpriu a percentagem de 50 % relativamente a programas originariamente em língua portuguesa, nos serviços de programas SIC e SIC Notícias. É de assinalar a descida de 8 pontos percentuais na programação em língua portuguesa da SIC Caras, relativamente a 2017, situando-se aquém da quota mínima no ano em análise.

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 dois pontos percentuais da SIC K, o que revela um investimento diminuto de programação infantil-juvenil originalmente em língua portuguesa.

TVI - Televisão Independente

Fig. 4 – Programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa (%)

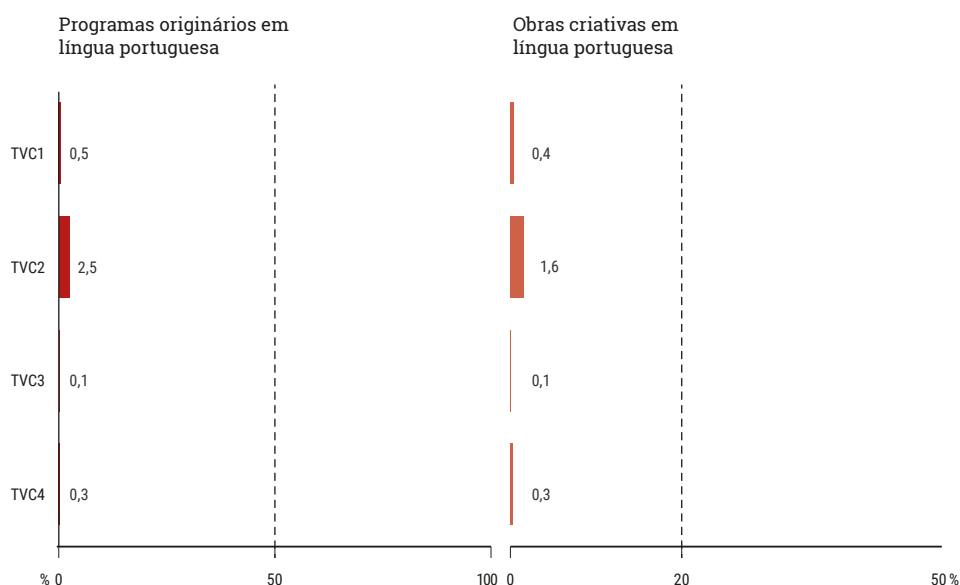


Os serviços de programas do operador TVI reservaram, em 2018, mais de 50 % do tempo de emissão dos seus serviços de programas à difusão de programas originariamente em língua portuguesa, dando cumprimento à quota prevista na lei, com valores acima dos 95 %.

Relativamente a obras criativas, só o serviço de informação TVI24 não atingiu o valor fixado, dada a sua natureza temática. Já a TVI e a TVI Ficção obtiveram percentagens acima dos 46 %.

NOSPUB, Publicidade e Conteúdos

Fig. 5 – Programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa (%)



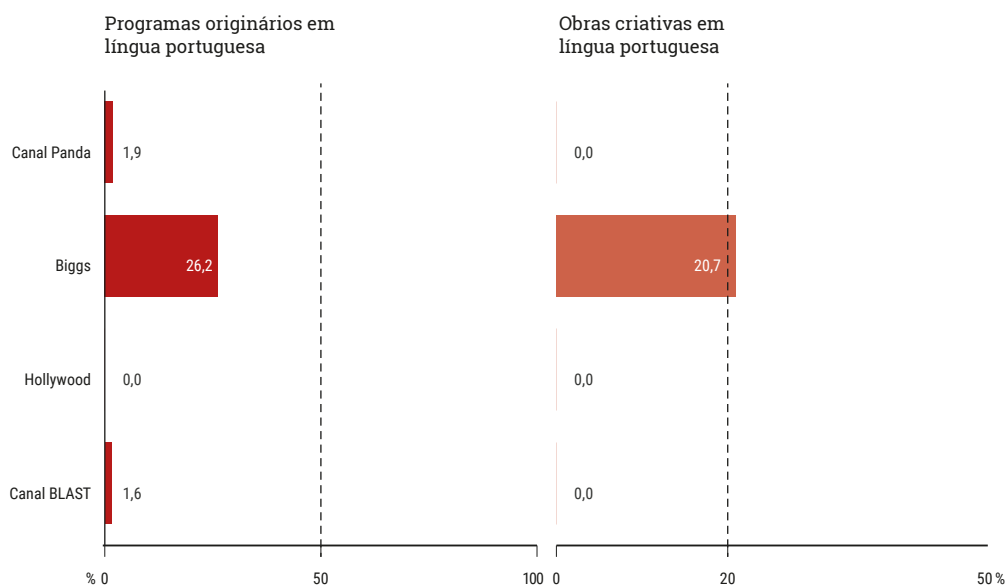
Os serviços de programas temáticos de cinema e séries do operador NOSPUB, Publicidade e Conteúdos, S.A., incorporaram percentagens diminutas de programação, tanto no que se refere à exibição de programas originariamente em língua portuguesa como a obras criativas de produção originária em língua portuguesa, pelo que nenhum dos seus serviços deu cumprimento ao estipulado no normativo legal.

De assinalar que os serviços do operador NOSPUB desceram as percentagens previstas para obras em língua portuguesa e criativas, face a 2017. Assim, assinala-se o incumprimento da recomendação constante na Deliberação 10/OUT-TV/2011, de 1 de junho, segundo a qual 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».

Desta forma, 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 nos últimos anos.

DREAMIA

Fig. 6 – Programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa (%)



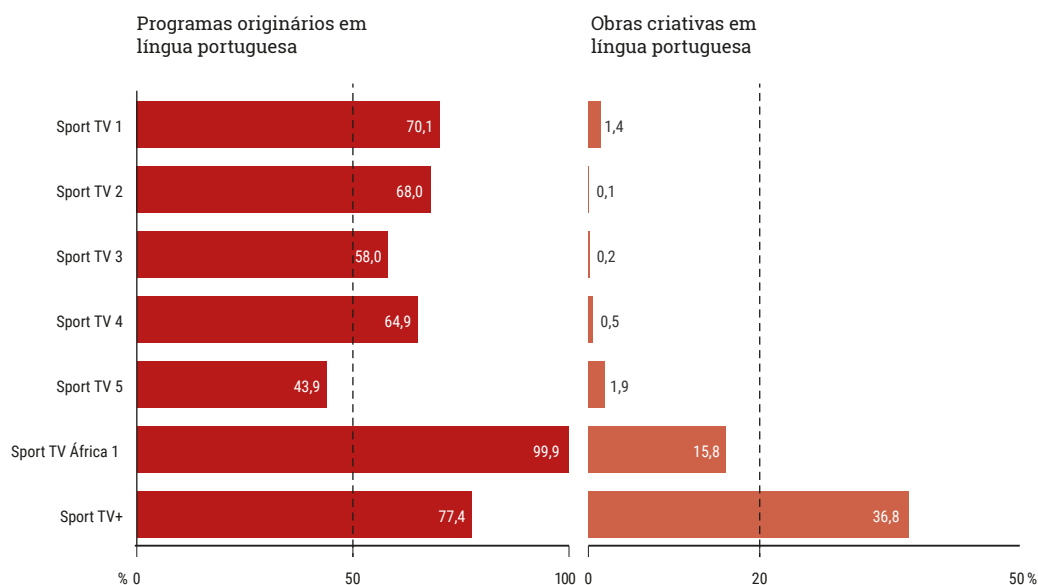
Os serviços de programas temáticos de cinema e séries e infantis/juvenis do operador DREAMIA também se encontram em incumprimento generalizado do normativo legal, com percentagens abaixo dos 2 % por serviço de programas. De assinalar que mesmo os serviços de programas que exibem programação originariamente em língua portuguesa esta já não é revertível na quota de obras criativas uma vez que já foram repetidas mais de cinco vezes.

Contudo, assistimos a uma franca subida do serviço de programas Biggs, maioritariamente promovida pela exibição da série juvenil “Morangos com Açúcar”.

Conquanto a Deliberação 11/OUT-TV/2011 previa que o operador, no serviço de programas Hollywood, deveria «incorporar [...], 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», a recomendação não se dá por cumprida.

SPORT TV PORTUGAL, S.A.

Fig. 7 – Programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa (%)



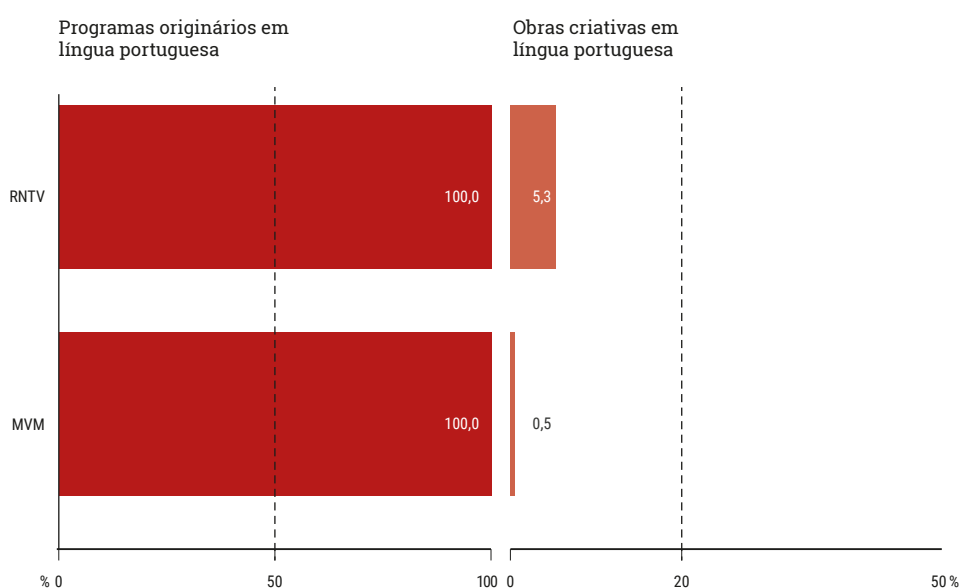
Os serviços de programas do operador SPORT TV Portugal alcançaram a percentagem de 50 % na difusão de programas em língua portuguesa na generalidade dos serviços de programas.

Já no que se refere à difusão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, apenas o serviço de programas temático SPORT TV+ atinge um valor superior a 20 %.

Na avaliação do cumprimento desta quota deverá considerar-se o critério de aplicação previsto no artigo 47.º da LTSAP, 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. 8 – Programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa (%)

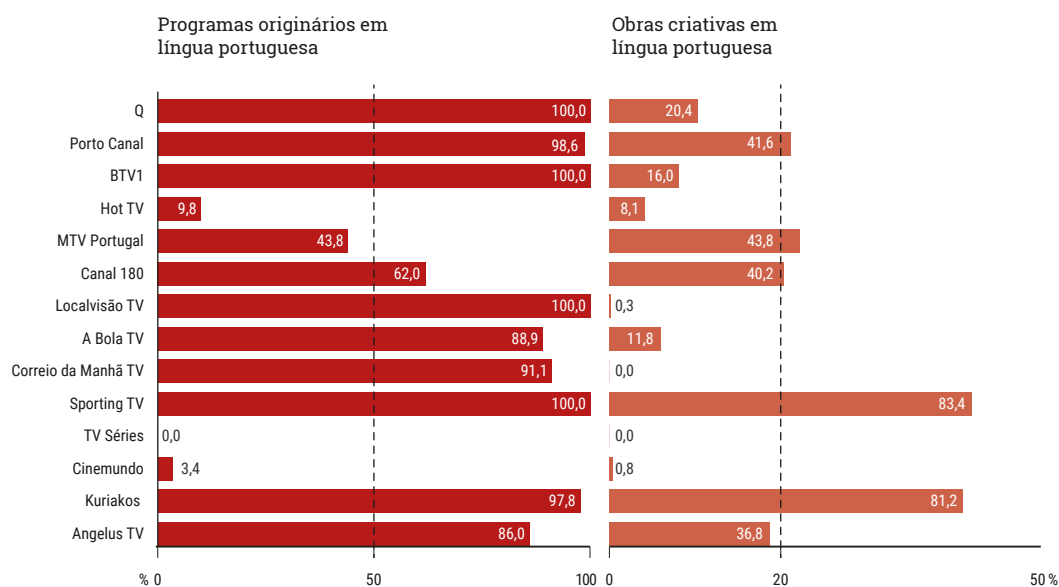


Os serviços de programas RTV e MVM, do operador Next TV, continuam a transmitir a totalidade programação originariamente em língua portuguesa.

Contudo, nos programas criativos de produção originária em língua portuguesa situam-se bastante aquém da quota mínima de 20 %.

Outros serviços de programas de televisão

Fig. 9 – Programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa (%)



Os serviços de programas Q, Porto Canal, BTV1, Localvisão TV, Sporting TV e Kuriakos alcançaram percentagens de programas originariamente em língua portuguesa muito próximo dos 100 %. Os serviços Hot TV, TV Séries, Cinemundo e MTV Portugal não alcançaram os valores fixados, ficando este último próximo do valor, cerca de 44 %.

Quanto aos programas criativos, apenas os serviços Q, Porto Canal, MTV Portugal, Canal 180, Sporting TV, Kuriakos TV e Angelus 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. Contudo e pelo segundo ano consecutivo, o CMTV, dada a sua natureza generalista, foi advertido para a obrigatoriedade de transmitir obras criativas de produção originária em língua portuguesa.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

1. VISÃO GLOBAL

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.

Em 2018, dos 48 serviços de programas avaliados, 34 incorporaram uma percentagem maioritária de obras de produção europeia. De salientar que os restantes não atingiram esta percentagem, em grande parte, pela natureza específica dos serviços temáticos, de acordo com o previsto no artigo 47.º da LTSAP. Todavia tal não os isenta do cumprimento das obrigações supra.

O mesmo se aplica nas obrigações de produção independente recente, cuja quota de 10 % não se encontra refletida em 17 serviços de programas, nomeadamente os temáticos de cinema e séries, pois a programação é predominantemente de origem norte-americana.

De assinalar a inexistência de programação de produção europeia independente nos últimos cinco anos no serviço de programas infantil/juvenil Biggs. Assim, e embora se atenda à temática dos serviços de programas, conforme autorizado nos seus projetos de autorização, tal não infirma que seja exibida produção europeia recente.

Relativamente à quota de 5 % a preencher, pelos serviços de programas generalistas, pela difusão de obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, 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 mais de metade da totalidade de produção independente recente, 55,7 %.

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.

Já no que se refere à incorporação de obras de produção europeia nos catálogos dos serviços audiovisuais a pedido, verifica-se que, à exceção da MEO, com 14,4 % de títulos de obras europeias, os restantes serviços VoD ultrapassaram os 30 % de integração.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

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 mencionada 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 à 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 no artigo 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”²⁴⁶ 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, 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 que «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».

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:
 - a. 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.
 - b. 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;

²⁴⁶ http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/tvwf/eu_works/guidelines_2011_en.pdf

- iii) 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.

3. PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

Os valores apurados, em 2018, relativos à totalidade das emissões de cada serviço de programas de cobertura nacional são cotejados com o ano de 2017 de forma a se aferir 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 estão 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 analisados quarenta e oito serviços de programas, dos quais quatro são de âmbito internacional e dois regionais.

Assinala-se ainda que o serviço de programas autorizado, em 2018, S+, não completou um ano de emissão até ao final do ano em análise, pelo que este conjunto de obrigações legais, fundadas na análise de um ano de emissão, só será aferido em 2019.

Mais se refere que foi revogada a autorização do serviço de programas TV Fátima pelo que os dados relativos ao mesmo não serão considerados para efeito de avaliação no presente relatório.

Pela leitura da Figura 1, embora não se registem descidas acentuadas, quanto às quotas de produção europeia, refere-se que os serviços temáticos do operador SIC – SIC Radical, SIC Mulher e SIC K, do operador NOSPUB – TVC1, TVC2, TVC3 e TVC4, assim como os demais serviços temáticos de cinema, Cinemundo, Hollywood, TV Séries, se continuam a situar abaixo de uma percentagem maioritária de produção europeia.

Relativamente às obras de produção independente recente, situam-se abaixo dos 10 %, o serviço RTP Memória, no qual se atende à natureza específica do serviço de programas, tal com a SIC K, a TVI24 e a TVI Ficção, a TVC3, TVC4, TVC Séries, Hollywood e Cinemundo e sem qualquer integração de produção independente recente, o serviço Biggs.

Fig. 1 – Obras de produção europeia e de produção independente - 2018

Operadores	Serviços de programas	Produção europeia (%)			Produção independente recente (%)		
		2017	2018	Var.17/18	2017	2018	Var.17/18
RTP	RTP1	87,7	86,5	▼	34,5	27,9	▼
	RTP2	79,3	78,8	▼	27,1	32,6	▲
	RTP3	93,6	96,6	▲	34,4	30,6	▼
	RTP Internacional**	99,8	99,9	▲	40,2	29,5	▼
	RTP África	93,1	92,6	▼	66,8	46,7	▼
	RTP Memória	79,7	79,9	▲	2,7	3,5	▲
	RTP Madeira*	97,3	98,7	▲	21,6	20,0	▼
	RTP Açores*	98,2	99,7	▲	33,3	36,5	▲
SIC	SIC	66,6	69,5	▲	48,0	58,2	▲
	SIC Radical	43,3	45,8	▲	27,0	27,7	▲
	SIC Mulher	35,3	42,4	▲	9,1	16,1	▲
	SIC K	33,1	47,7	▲	9,9	9,3	▼
	SIC Notícias	89,5	89,6	▲	29,2	37,1	▲
	SIC Caras	62,0	55,1	▼	30,6	29,5	▼
TVI	TVI	92,1	93,3	▲	27,2	26,4	▼
	TVI 24	89,6	91,5	▲	1,7	1,2	▼
	TVI Ficção	99,9	100,0	▲	1,6	1,4	▼
NOS PUB. e CONTEÚDOS	TVC1	31,9	30,2	▼	9,4	10,5	▲
	TVC2	36,9	42,4	▲	12,9	12,5	▼
	TVC3	26,8	27,0	▲	8,8	7,2	▼
	TVC4	14,8	18,5	▲	3,5	3,9	▲
NOS LUSOMUNDO TV	TV Séries	5,2	3,3	▼	1,7	1,2	▼
DREMIA	Canal Panda	39,0	58,2	▲	6,7	13,3	▲
	Biggs	57,7	97,5	▲	22,9	0,0	▼
	Hollywood	9,3	9,8	▲	0,2	1,7	▲
	Canal BLAST**	7,0	8,6	▲	0,5	0,7	▲
CINEMUNDO	Cinemundo	24,8	26,0	▲	9,6	2,2	▼
SPORT TV	Sport TV 1	53,0	67,8	▲	23,4	30,3	▲
	Sport TV 2	95,1	90,1	▼	35,0	47,2	▲
	Sport TV 3	91,2	84,0	▼	45,2	47,0	▲
	Sport TV 4	31,3	33,5	▲	26,4	22,1	▼
	Sport TV 5	43,3	55,6	▲	27,0	36,1	▲
	Sport TV África 1**	99,1	100,0	▲	13,8	10,4	▼
	Sport TV+	0,0	0,0	=	0,0	0,0	=
NEXT TV	RTV	99,0	100,0	▲	13,4	59,4	▲
	MVM	97,9	90,8	▼	1,9	0,3	▼
CANAL Q	Q	100,0	100,0	=	0,6	0,4	▼

AVENIDA DOS ALIADOS	Porto Canal	99,3	100,0	▲	40,6	43,2	▲
BENFICA TV	BTV1	100,0	100,0	=	42,9	36,7	▼
FILMES HOTGOLD	Hot TV	21,8	30,1	▲	16,4	22,9	▲
MTV NETWORKS	MTV Portugal	55,4	52,2	▼	0,0	0,0	=
OSTV	Canal 180	83,7	83,3	▼	17,9	13,5	▼
CANALVISÃO	Localvisão TV	100,0	100,0	=	0,0	0,0	▲
VICRA COMUNICAÇÕES	A Bola TV	77,3	73,9	▼	10,6	12,1	▲
COFINA	Correio da Manhã TV	75,3	79,0	▲	4,0	1,2	▼
SPORTING PLATAFORMAS	Sporting TV	100,0	100,0	=	0,0	0,0	=
MOTES & IDEIAS	Kuriakos TV	100,0	99,6	▼	0,0	0,1	▲
SANDRA BASTOS DIAS	Angelus TV	---	88,8	---	---	10,4	---

*Os serviços de programas de âmbito regional não estão obrigados ao cumprimento dos artigos 45.º e 46.º da LTSAP.

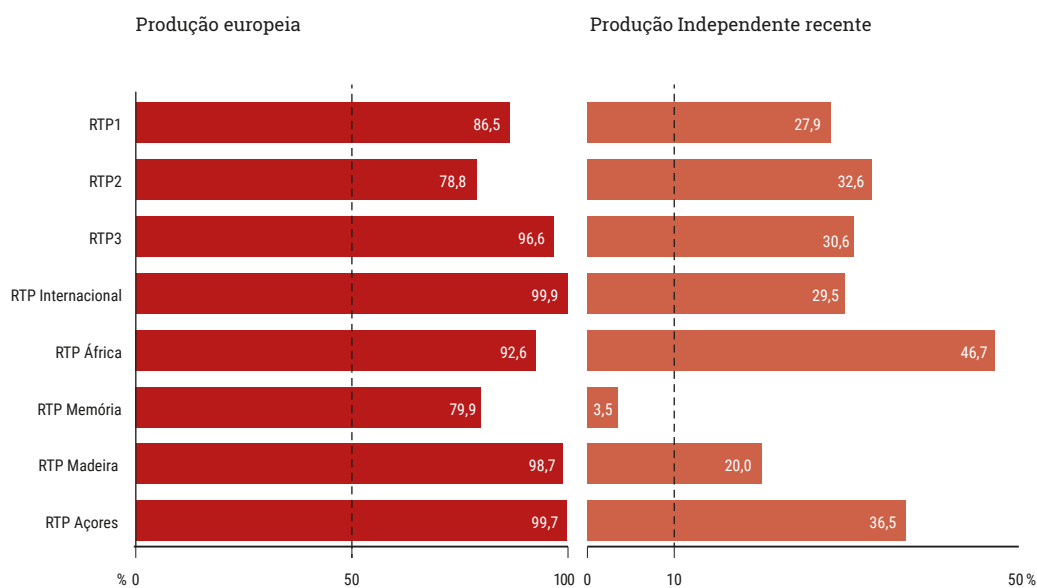
** Os serviços de programas de âmbito internacional não estão obrigados ao cumprimento dos artigos 45.º e 46.º da LTSAP

4. 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 2018, nos programas de produção europeia e produção independente recente, tendo por base os referenciais de 50 % e 10 %, respetivamente.

RTP- Rádio e Televisão de Portugal

Fig. 2 – Produção europeia e produção independente recente (%)



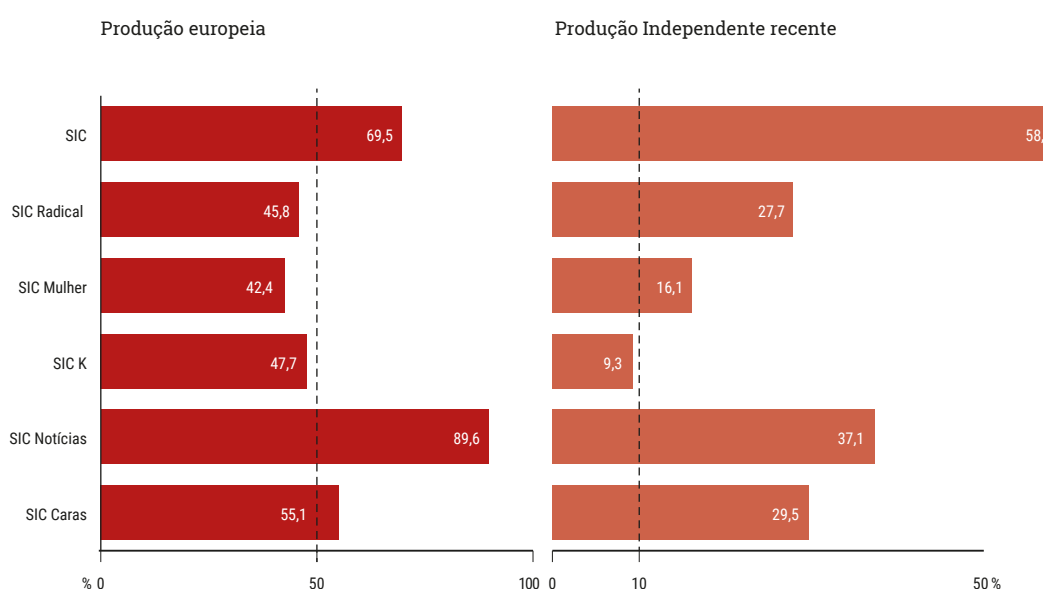
Os serviços de programas do operador RTP apresentaram uma percentagem maioritária de obras europeias na programação de todos os seus serviços, cumprindo o disposto no art.º 45.º da LTSAP. Os valores registados resultam da dedução dos tempos dedicados a obras de exclusão, como sejam os noticiários, manifestações desportivas e publicidade.

As percentagens obtidas nos diversos serviços deste operador oscilaram entre 78,8 %, na RTP2, e cerca de 99,9 %, na RTP Internacional.

Quanto às obras criativas de produção independente europeias, produzidas há menos de cinco anos, ultrapassaram os 10 % exigidos em todos os serviços, à exceção da RTP Memória, fruto de a natureza da programação resultar em parte de programas de arquivo da RTP.

SIC - Sociedade Independente de Comunicação

Fig. 3 – Produção europeia e produção independente recente (%)



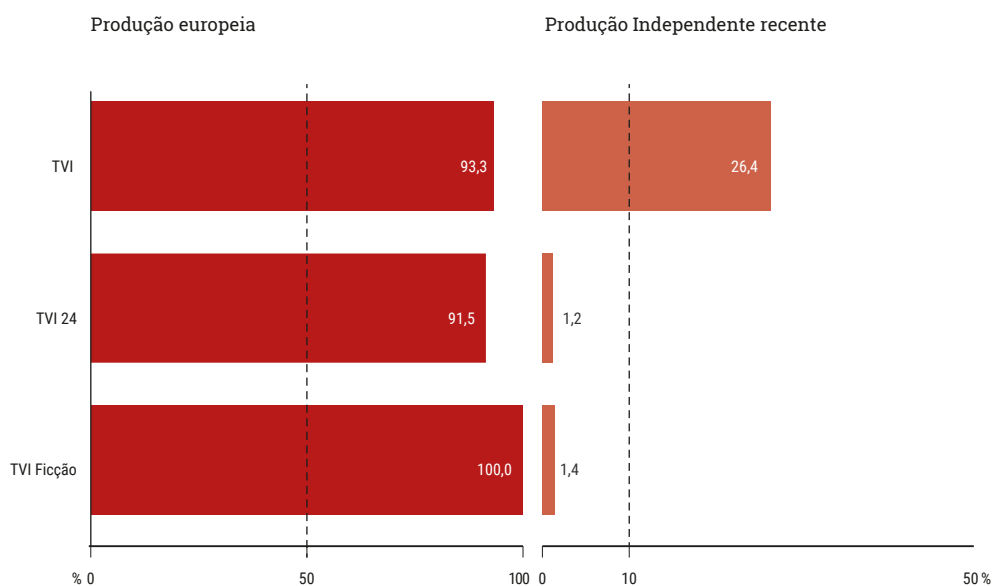
Dos serviços de programas do operador SIC, SIC K, SIC Mulher e SIC Radical situaram-se aquém da percentagem maioritária de obras europeias. De salientar que os serviços em causa revelam subidas de incorporação de obras de produção europeia face a 2017.

As percentagens mais elevadas registaram-se no serviço temático de informação SIC Notícias (89,6 %), tal como 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, o serviço de programas SIC K situou-se aquém dos 10 %, embora com uma percentagem aproximada, tendo a SIC Mulher ultrapassado a quota mínima em seis pontos percentuais.

TVI - Televisão Independente

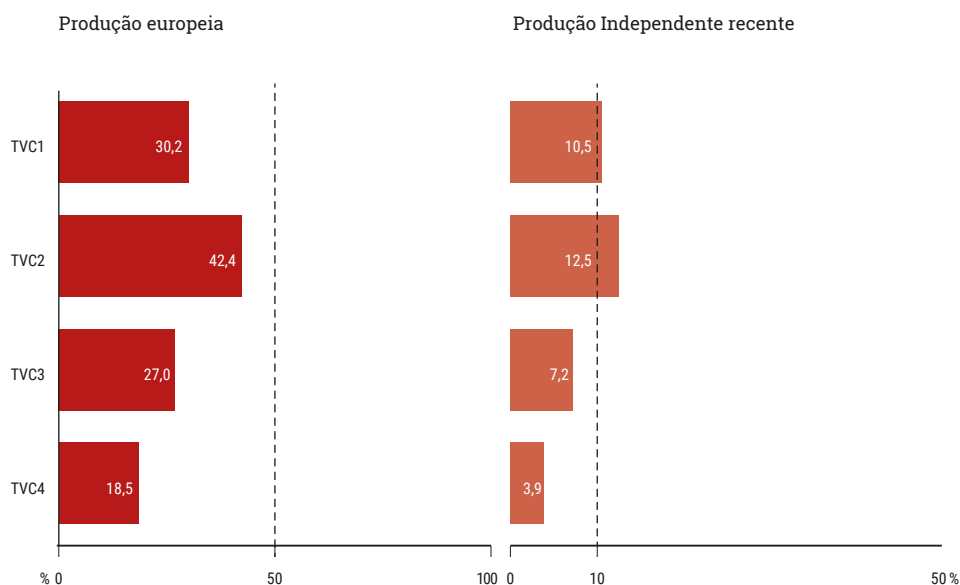
Fig. 4 – Produção europeia e produção independente recente (%)



No que se refere à produção europeia, os serviços de programas do operador TVI registaram valores acima da quota prevista, entre os 91,5 %, na TVI24, e os 100,0 %, 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 %, o que resulta da natureza específica dos serviços de programa em análise e no caso da TVI Ficção, cuja programação resulta da incorporação de obras de ficção de produção própria menos recentes.

NOSPUB, Publicidade e Conteúdos

Fig. 5 – Produção europeia e produção independente recente (%)



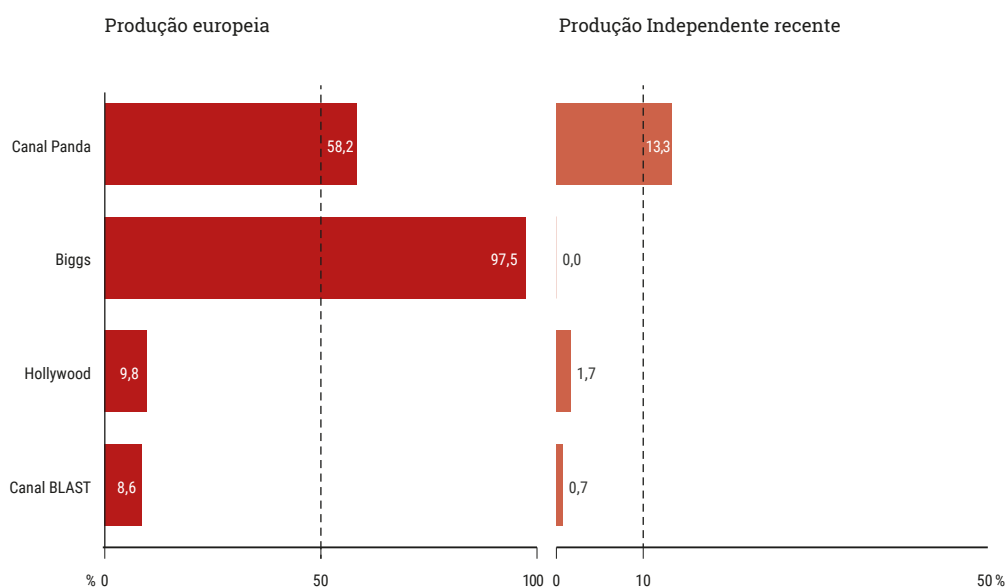
Nenhum dos serviços de programas temáticos de cinema e séries do operador NOSPUB, Publicidade e Conteúdos, S.A., atinge a quota de obras europeias prevista no n.º 1 do artigo 45.º da LTSAP, verificando-se uma tendência de descida na TVC1. Já os restantes continuam a subir o percentual.

Quanto à produção independente recente, a TVC1 e a TVC2 cumprem a quota mínima. Já a TVC3 e TVC4 situam-se aquém desta.

De salientar que, de acordo com a Deliberação n.º 10/OUT-TV/2011, de 1 de junho, o operador deveria «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».

DREAMIA

Fig. 6 – Produção europeia e produção independente recente (%)



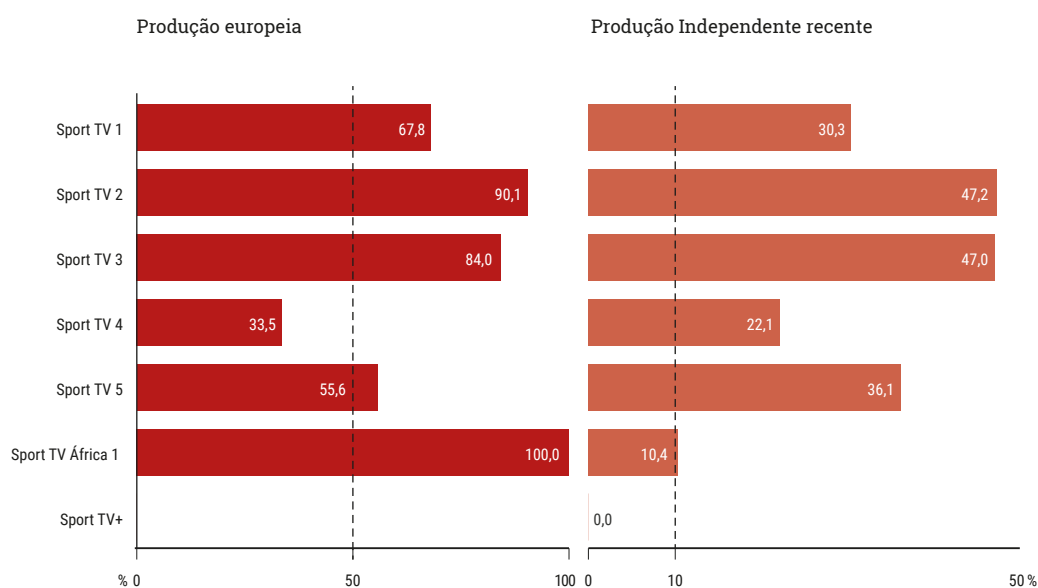
Todos os serviços de programas do operador DREAMIA revelam subidas na transmissão de obras europeias, relativamente aos valores alcançados em 2017. Contudo, apenas os serviços de programas infantis-juvenis incorporam maioritariamente obras de produção europeia.

Quanto à produção independente recente, apenas o Canal Panda ultrapassou a quota prevista, tendo os serviços deste operador apresentado subidas face ao ano anterior, à exceção do serviço de programas Biggs.

Tal como se verificou com os serviços do operador NOS, a DREAMIA foi instada (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».

SPORT TV PORTUGAL

Fig. 7 – Produção europeia e produção independente recente (%)

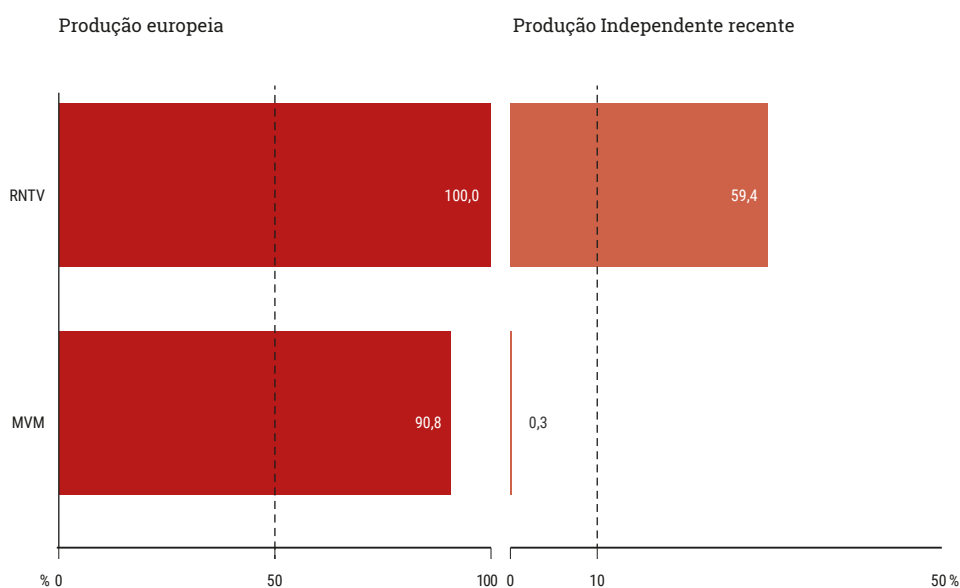


Os serviços de programas do operador Sport TV apresentaram percentagens maioritárias de obras europeias em todos os serviços, à exceção da SPORT TV4 e SPORT TV+.

Tendo em atenção que a maior parte da sua programação é constituída por manifestações desportivas, as quais são excluídas para estes apuramentos, regista-se um cumprimento quase generalizado na produção independente recente, à exceção da SPORT TV+.

NEXT TV – Televisão, Rádio e Multimédia

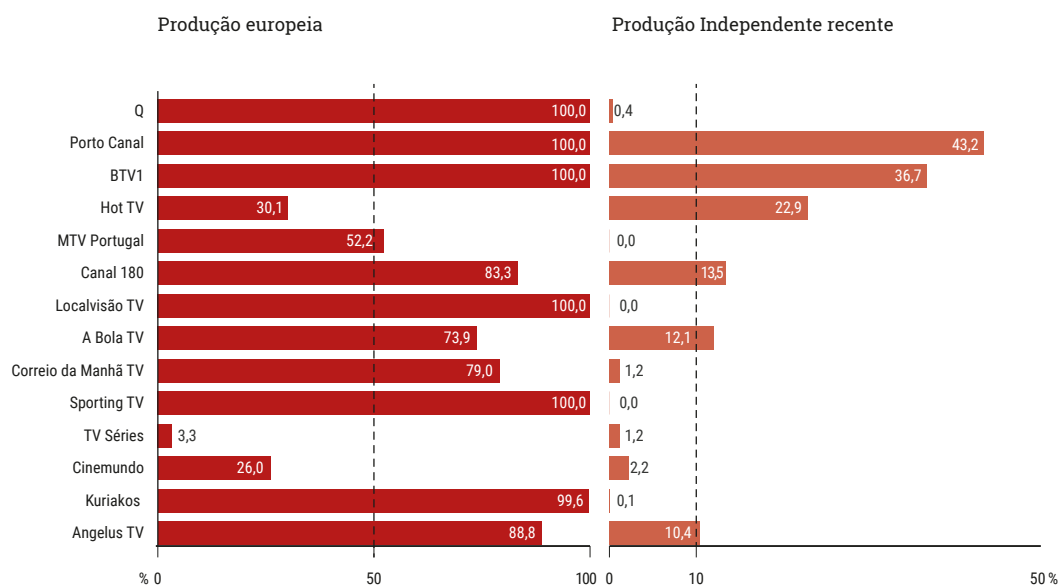
Fig. 8 – Produção europeia e produção independente recente (%)



Os serviços de programas RTV e MVM do operador NEXTTV 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 apenas a RTV apresenta valores acima dos 10 %, situando-se o MVM abaixo de 1 %.

Outros serviços de programas de televisão

Fig. 9 – 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, Localvisão, Sporting TV, Kuriakos TV e a TV Séries, Hot TV e Cinemundo com um percentual á quem do determinado.

Quanto à produção independente recente, seis serviços apresentaram valores acima do estipulado, sendo a percentagem nula no MTV Portugal, Localvisão e Sporting TV e residual, abaixo de 1 %, nos serviços Q e Kuriakos.

5. OBRAS CRIATIVAS DE PRODUÇÃO INDEPENDENTE EUROPEIA RECENTE, EM LÍNGUA PORTUGUESA

Fig. 10 – Obras Criativas de Produção Europeia Independente em Língua Portuguesa

Operador	Serviços de programas	Obras criativas de produção independente europeia recente, em língua portuguesa
RTP	RTP1	21,6%
	RTP2	14,5%
SIC	SIC	55,7%
TVI	TVI	20,1%
Avenida dos Aliados	PORTO CANAL	40,6%

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 «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 mais de metade da totalidade de produção independente recente (55,7 %).

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.

6. 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. 11 – Produção europeia nos VoD

Operador de distribuição-serviços audiovisuais a pedido	N.º de obras em catálogo	N.º de obras europeias	% europeias
NOWO - Communications, S.A.	18 100	5527	30,5
MEO - PT Comunicações, S.A.	34 494	4952	14,4
Vodafone Portugal, S.A.	15 258	4651	30,5
NOSPUB – Publicidade e Conteúdos, S.A.	40 097	12 960	32,3

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.

A NOS é o serviço que apresenta o maior número de obras em catálogo, bem como o maior número de obras europeias, com 32,3 %, seguida da NOWO e da Vodafone, com 30,5 %, esta última com menos títulos em catálogo.

A MEO é o serviço audiovisual a pedido com menor percentagem de obras europeias, 14,4 %, em relação ao número de obras em catálogo.

O MERCADO AUDIOVISUAL PORTUGUÊS

1. VISÃO GLOBAL

O mercado de conteúdos audiovisuais tem vindo a reforçar posições por força das estratégias de inovação que alteram, lentamente, os modelos de negócio tradicionais.

Não obstante, os empresários do setor têm vindo a perceber que será necessário implementar modelos de inovação, quer nos produtos, quer nos formatos, propiciados pelos serviços de internet e plataformas existentes.

Assim, as novas tecnologias de produção são coadjuvantes neste processo de mudança que tem sido alcançada através de processos de fusão ou aquisição vertical.

Entre ecrãs e com uma visão mais customizada de consumo, os utilizadores dispõem de uma panóplia de conteúdos que podem ver em tempo real ou conforme as suas necessidades.

No âmbito dos serviços de programas lineares, o mercado do audiovisual em Portugal tem sofrido nos últimos anos algumas alterações, motivadas pela entrada de cada vez mais agentes económicos no setor. 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. Assim, pretende-se dar uma abrangência sobre o papel da produção nacional e independente na programação dos principais serviços de programas generalistas, em sinal aberto (RTP1, RTP2, SIC e TVI). Traça-se ainda uma retrospectiva das produções que são emitidas nos serviços de programas generalistas e temáticos infantis/juvenis (Canal Panda, Biggs e SICK), em 2018.

Integram as análises constantes neste capítulo 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 sectoriais, programação cinematográfica e infantil-juvenil são feitas sobre os tempos das primeiras exibições.

Os dados apresentados neste relatório têm como fontes o portal de televisão da ERC, dados fornecidos pelos operadores de televisão e o YUMI, da Mediamonitor.

O levantamento dos indicadores e consequente análise tiveram por base os seguintes pontos:

- Inovação disruptiva no mercado global;
Autorizações, renovações e revogações de serviços de programas televisivos;
- Programas de 1.ª 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.

2. SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS: EMISSÃO LINEAR

AUTORIZAÇÕES, AVALIAÇÕES, RENOVAÇÕES E REVOGAÇÕES

Em 2018, a ERC atribuiu uma autorização para o exercício da atividade de televisão através do serviço de programas temático de saúde, de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura, S+, do operador Canalife - Serviços de Comunicação S.A.

A requerimento do operador Sandra Bastos Dias Unipessoal, Lda., foi revogada a autorização do serviço de programas TV Fátima.

Foram ainda renovadas as autorizações dos serviços TVC1 e TVC2, ao operador NOSPUB, Publicidade e Conteúdos, S.A., dando cumprimento ao disposto no artigo 22.º da LTSAP.

Fig. 1 – Deliberações referentes ao exercício de atividade televisiva 2018

Deliberações	Operador	Serviço de Programas	Tipologia	Âmbito de Cobertura	Acesso
AUTORIZAÇÕES					
ERC/2018/33 (AUT-TV), 14 de março	Canalife-Serviços de Comunicação, S.A.	S+	Saúde	Nacional	Não condicionado
AVALIAÇÕES INTERCALARES					
ERC/2018/6 (AUT-TV), 25 de janeiro	VICRA COMUNICAÇÕES, Lda.	A Bola TV	temático/desporto	Nacional	Não condicionado
ERC/2018/7 (AUT-TV), 25 de janeiro	UPSTAR, COMUNICAÇÕES, S.A.	ZAP Viva	temático/entretenimento	Internacional	Não condicionado
ERC/2018/10 (AUT-TV), 7 de fevereiro	Canalvisão – Comunicação Multimédia, S.A.	Localvisão TV	temático cultural/social	Nacional	Não condicionado
ERC/2018/47 (AUT-TV), 5 de abril	TVI-Televisão Independente, S.A.	TVI Ficção	temático/ficção nacional	Nacional	Não condicionado
ERC/2018/48 (AUT-TV), 5 de abril	Cofina Media, S.A.	CMTV	generalista	Nacional	Não condicionado
ERC/2018/212 (AUT-TV), 27 de setembro	NEXTV, Televisão, Rádio e Multimédia, S.A.	RTV	temático/informação	Nacional	Não condicionado
RENOVAÇÕES					
ERC/2018/212 (AUT-TV), 27 de setembro	NOS Pub, Publicidade e Conteúdos, S.A.	TVCine 1	temático/cinema	Nacional	Não condicionado
ERC/2018/119 (AUT-TV), 14 de junho		TV Cine 2	temático/cinema	Nacional	Não condicionado
REVOGAÇÃO					
ERC/2018/184 (AUT-TV), 22 de agosto	Sandra Bastos Dias Unipessoal, Lda.	TV Fátima	temático/religioso	Nacional	Não condicionado

Relativamente às avaliações intercalares, nos termos do disposto no artigo 23.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, foram concluídas, em 2018, nos serviços de programas A BOLA TV, ZAP VIVA, LOCALVISÃO, TVI Ficção, CMTV e RTV.

Foram ainda realizadas as avaliações intercalares das licenças atribuídas ao operador SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A., através do serviço de programas SIC, e à TVI - Televisão Independente, S.A., através do serviço TVI.

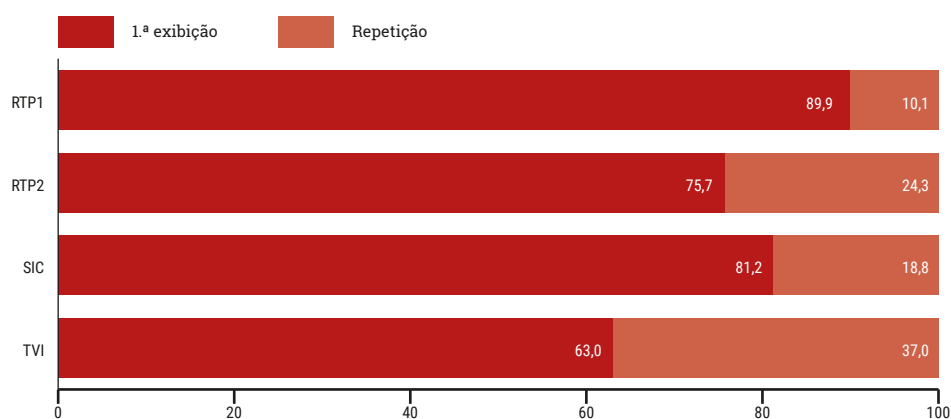
TEMPO TOTAL DE PROGRAMAS

O tempo total de programas emitido nos quatro serviços de programas generalistas RTP1, RTP2, SIC e TVI é repartido por programas de primeira exibição e de repetição, retirando-se as exclusões previstas pela Diretiva SCSA, isto é, os tempos dos programas de informação, de desporto, os serviços religiosos, os tempos de antena e as mensagens de publicidade.

Fig.2 - Total de programas - 1.ª exibição e repetição – 2018

Operadores	Serviços generalistas	1.ª exibição		Repetição		Programas h
		h	%	h	%	
RTP	RTP1	3911	89,9	439	10,1	4350
	RTP2	4611	75,7	1481	24,3	6092
SIC	SIC	3657	81,2	849	18,8	4506
TVI	TVI	3008	63,0	1766	37,0	4774
Total		15 187	77,0	4535	23,0	19 722

Fig.3 – Programas de 1.ª exibição e de repetição (%)



Os programas de primeira exibição ocuparam a maior parte da programação no tempo total de programas, sendo que a RTP1 é o serviço que mais percentagem lhes dedicou, seguida da SIC, RTP2 e, por último, da TVI.

Os programas de repetição representam, em média, 10 % a 37 % da programação de cada serviço de programas, assinalando a sua subida face ao ano anterior, em especial na SIC que apenas tinha 3 % de programas de repetição, em 2017. A RTP1 foi, dos quatro, o único serviço de programas que desceu o volume de repetições em cerca de sete pontos percentuais.

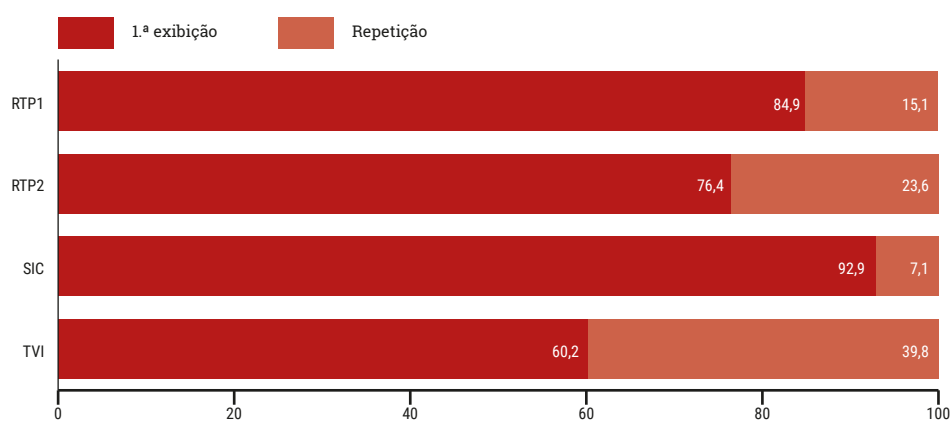
PRODUÇÃO INDEPENDENTE

Os tempos e percentuais de programação independente incluem as produções de origem nacional e estrangeira, emitidas nos serviços de programas generalistas.

Fig.4 - Produção independente – 2018

Operadores	Serviços generalistas	Programas (total) h	Produção independente		1.ª exibição		Repetição	
			h	%	h	%	h	%
RTP	RTP1	4350	2200	50,6	1867	84,9	333	15,1
	RTP2	6092	4022	66,0	3074	76,4	948	23,6
SIC	SIC	4506	2840	63,0	2639	92,9	201	7,1
TVI	TVI	4774	2347	49,2	1413	60,2	934	39,8
Total		19 722	11 409	57,8	8993	78,8	2416	21,2

Fig.5 – Programas de produção independente – 1.ª exibição e repetição (%)



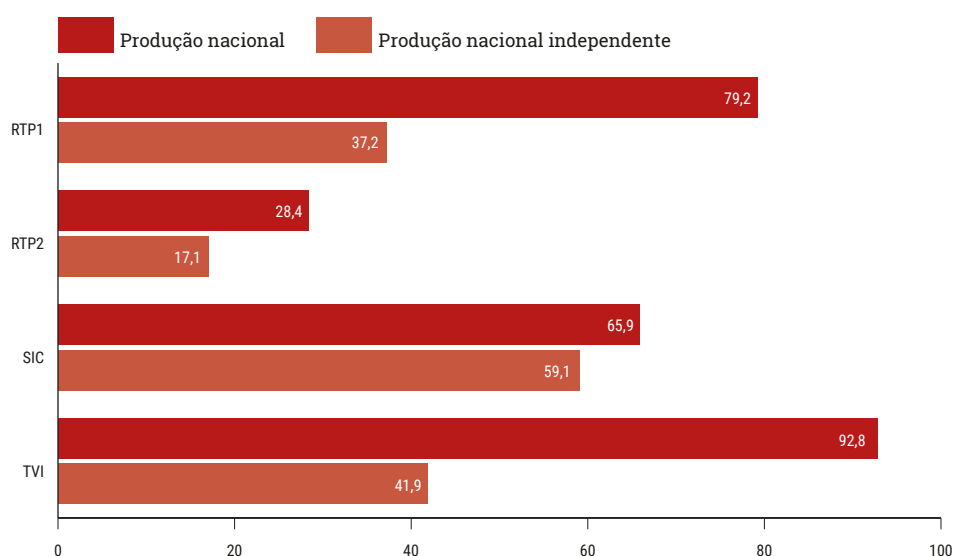
Verifica-se que, no total dos quatro serviços generalistas, foram exibidas 11 409 horas de produção independente. A RTP2 foi o serviço que mais tempo lhe dedicou e a RTP1 o que menor volume de horas exibiu. Os serviços de programas dos operadores privados, SIC e TVI, apresentam um volume de horas similar. De assinalar que a RTP2 foi o serviço que mais tempo dedicou a programas de primeira exibição.

PRODUÇÃO NACIONAL

Os tempos de produção nacional e nacional independente resultam dos programas de primeira exibição.

Fig.6 – Programas de produção nacional e nacional independente - 2018

Operadores	Serviços generalistas	Programas (total) h	Produção nacional		Produção nacional independente	
			h	%	h	%
RTP	RTP1	4350	3444	79,2	1619	37,2
	RTP2	6092	1731	28,4	1042	17,1
SIC	SIC	4506	2969	65,9	2661	59,1
TVI	TVI	4774	4430	92,8	2002	41,9
Total		19 722	10 424	52,9	7324	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 (52,9 %).

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 incorporou o maior percentual, com 59,1 % do tempo de produção nacional, seguida da TVI, com 41,9 % e da RTP1, com 37,2 %. O segundo serviço do operador público apresenta um percentual mais abaixo, 17,1 %.

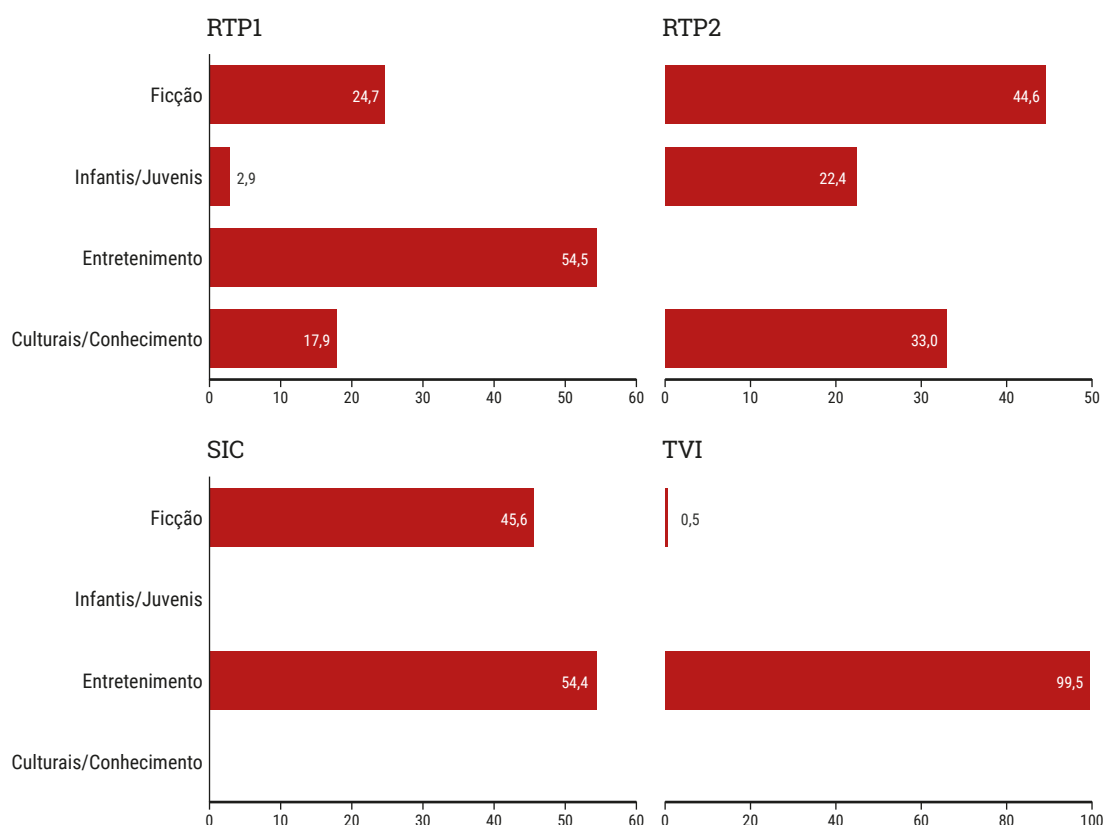
GÉNEROS DE PRODUÇÃO NACIONAL INDEPENDENTE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS

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 primeira exibição.

Fig.8 - Géneros de produção nacional independente 2018 (horas)

Géneros	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Total
Ficção	331	417	1163	6	1917
Infantis/Juvenis	39	209	0	0	248
Entretenimento	729	0	1386	1268	3383
Culturais/ Conhecimento	239	308	1	0	548
Total	1338	934	2550	1274	6096

O género mais representativo, no conjunto dos quatro serviços generalistas, é o entretenimento, com 3383 horas, seguido pela ficção, com 1917 horas, programas culturais, com 548 horas, e infantis/juvenis, com 248 horas.

Fig.9 – Percentagens por canal/géneros de produção nacional independente

A RTP1 continua a ser o único serviço de programas a apresentar conteúdos de produção nacional independente em todos os géneros, com especial enfoque no entretenimento e na ficção, com 54,5 % e 24,7 %, respetivamente.

Nos serviços de programas privados, a TVI deu especial destaque aos conteúdos de entretenimento, que representam 99,5 % da programação nacional independente, seguida da SIC com 54,4%. O segundo conteúdo com maior representatividade é a ficção, com 45,6 %, na SIC, e 0,5%, na TVI.

Já na RTP2, a maioria dos conteúdos é ocupada pela ficção, com 44,6 %, seguida de culturais/conhecimento, com 33 % e das produções infantis/juvenis, que representam uma faixa de 22,4 %.

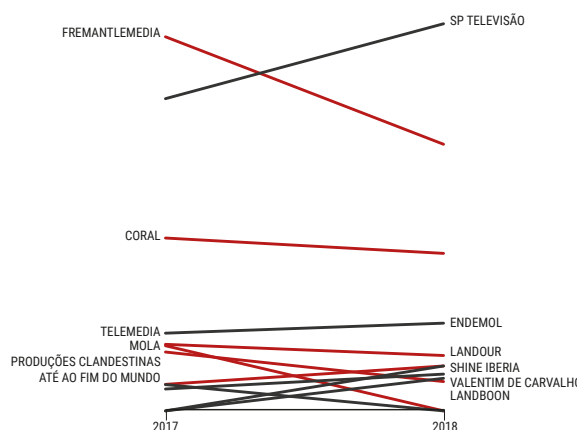
PRINCIPAIS PRODUTORAS NACIONAIS NO MERCADO INTERNO

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 aferirem 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.

Fig. 10 - Ranking das principais produtoras nacionais- 2017/2018 (horas)

Ranking de produtoras nacionais			
2017	Horas	2018	Horas
FREMANLEMEDIA	1608	SP TELEVISÃO	1664
SP TELEVISÃO	1342	FREMANLEMEDIA	1146
CORAL	743	CORAL	677
ENDEMOL	334	ENDEMOL	377
MOLA	286	MOLA	238
TELEMEDIA	280	SHINE IBERIA	193
PRODUÇÕES CLANDESTINAS	253	LONDUR	193
SHINE IBERIA	114	VALENTIM DE CARVALHO	158
ATÉ AO FIM DO MUNDO	113	LANDBOON	140
VALENTIM DE CARVALHO	94	PRODUÇÕES CLANDESTINAS	126
TOTAL	5167	TOTAL	4912



No cômputo geral dos conteúdos provenientes de produtoras nacionais independentes, continua a registar-se uma diminuição do volume de horas produzidas pelas produtoras presentes no *ranking*, de 5167h, em 2017, para 4912h, em 2018.

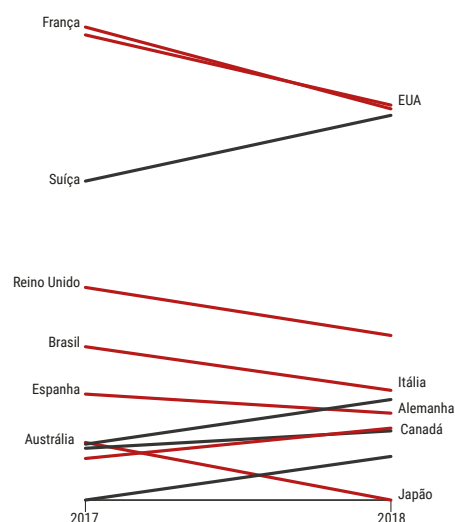
Em 2018, a SP Televisão passa a ocupar a posição cimeira do *ranking*, seguida pela Fremantlemedia. A Coral mantém-se na terceira posição, com um volume de horas inferior às exibidas em 2017.

É ainda de assinalar que se regista a entrada de duas novas produtoras para o *ranking*, a Londur e Lanboon, associadas a programas de concursos de chamadas telefónicas e a Telemídia e a Até ao Fim do Mundo saem do *ranking*.

PRINCIPAIS PAÍSES PRODUTORES DE CONTEÚDOS PARA O MERCADO INTERNO

Fig. 11 - Principais países fornecedores de conteúdos televisivos para Portugal - 2017/2018 (horas)

Ranking Países		
	2017	2018
EUA	1365	1159
França	1388	1148
Suíça	936	1129
Reino Unido	624	483
Brasil	450	322
Espanha	311	255
Austrália	169	0
Canadá	152	203
Alemanha	164	295
Itália	122	211
Japão	0	128
TOTAL	5681	5205



Os EUA assumem o papel de liderança dos principais países fornecedores de conteúdos para os serviços de programas generalistas, seguidos da França. A Suíça encontra-se entre os três principais países com um volume de horas superior ao registado em 2017.

O Reino Unido desce cerca de 140 horas e ocupa a quarta posição no *ranking*. Relativamente a 2017, assiste-se a um aumento do número de horas com origem na Suíça, Canadá, Alemanha e Itália.

O Japão volta a entrar no *ranking* dos dez principais fornecedores de conteúdos e a Austrália sai, com um volume de horas inferior a 62h.

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, representando cerca do dobro de horas destes países.

MERCADO CINEMATOGRAFICO NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS

A análise subsequente pretende caracterizar o panorama das produções cinematográficas (filmes, telefilmes e curtas-metragens) exibidas nos quatro serviços de programas generalistas em sinal aberto, em 2018, 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 2017.

A “origem da produção” foi distribuída pelos seguintes itens: de produção portuguesa, sob a epígrafe produção nacional; Europa; América Latina; Brasil, dada a expressividade dentro dos países da América Latina; coprodução, correspondendo às produções nas quais participa, pelo menos, um país europeu; EUA e, por último, um conjunto de países que, pela sua diminuta expressividade, foram agrupados por resto do mundo.

Fig.12 - Origem das produções cinematográficas (horas)

Géneros	RTP1	RTP2	SIC	TVI
Produção nacional	55	59	0	32
Europa	29	79	21	9
América Latina	0	2	2	0
Brasil	0	10	0	0
Coprodução	56	212	68	14
EUA	228	26	507	162
Resto do mundo	21	52	9	0
Total	389	440	607	217

Entre os quatro serviços generalistas, o serviço que deu maior destaque à exibição de obras cinematográficas foi a SIC. Os serviços de programas do operador público apresentam no seu conjunto um tempo total de 829 horas. Enquanto na RTP2 a origem das obras é resultado de coproduções com a Europa, na RTP1 a maioria tem como proveniência os EUA.

A TVI é o serviço que apresenta um menor volume de horas de exibição de obras cinematográficas, a exemplo do que aconteceu nos anos anteriores.

As obras cinematográficas com origem na América Latina e no Brasil têm um papel muito residual nos serviços em análise. Apenas a RTP2 apresenta obras com origem no Brasil.

Fig.13- Evolução de tempo de produção nacional (horas)

Produção Nacional	2017	2018
RTP1	39	55
RTP2	62	59
SIC	15	0
TVI	11	32
Total	127	146

O operador de serviço público é aquele que exhibe mais horas de produção de origem nacional, apresentando uma tendência crescente em relação ao ano anterior no primeiro serviço de programas. De realçar que o peso da produção nacional revelou-se inexistente na SIC e subiu na TVI com a introdução da rubrica "Filmes TVI".

Fig.14 - RTP1: Produções cinematográficas por faixas horárias (horas/%)

Período horário	Semana (h)	%	Fim de semana (h)	%	Total (h)
06h00 - 12h59	0:00:00	0,0	0:00:00	0,0	0:00:00
13h00 - 19h59	11:10:02	2,9	72:34:57	18,6	83:44:59
20h00 - 22h59	4:31:16	1,2	21:44:13	5,6	26:15:29
23h00 - 05h59	94:35:15	24,3	184:59:44	47,5	279:34:59
Totais	110:16:33	28,3	279:18:54	71,7	389:35:27

Fig.15 – RTP2: Produções cinematográficas por faixas horárias (horas/%)

Período horário	Semana (h)	%	Fim de semana (h)	%	Total (h)
06h00 - 12h59	5:44:43	1,3	21:45:56	5,0	27:30:39
13h00 - 19h59	19:57:53	4,5	89:03:47	20,3	109:01:40
20h00 - 22h59	22:44:27	5,2	3:13:32	0,7	25:57:59
23h00 - 05h59	186:52:56	42,5	90:02:01	20,5	276:54:57
Totais	235:19:59	53,6	204:05:16	46,4	439:25:15

Fig.16 – SIC: Produções cinematográficas por faixas horárias (horas/%)

Período horário	Semana (h)	%	Fim de semana (h)	%	Total (h)
06h00 - 12h59	34:52:28	5,7	56:01:25	9,2	90:53:53
13h00 - 19h59	55:03:11	9,1	338:47:16	55,9	393:50:27
20h00 - 22h59	6:29:22	1,1	0:00:00	0,0	6:29:22
23h00 - 05h59	31:25:20	5,2	83:51:55	13,8	115:17:15
Totais	127:50:21	21,1	478:40:36	78,9	606:30:57

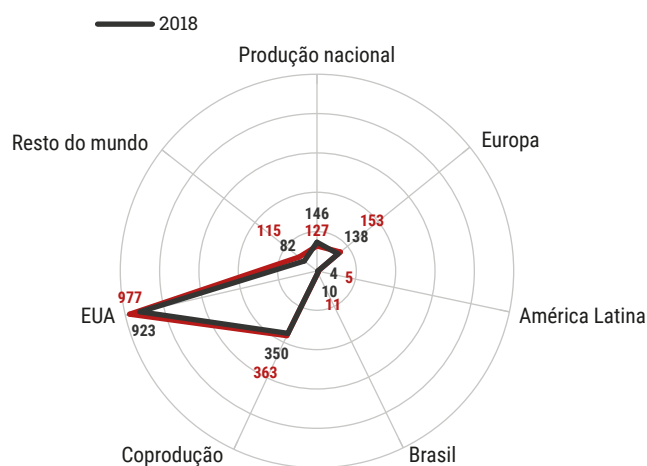
Fig.17 – TVI: Produções cinematográficas por faixas horárias (horas/%)

Período horário	Semana (h)	%	Fim de semana (h)	%	Total (h)
06h00 - 12h59	0:00:00	0,0	7:03:24	3,3	7:03:24
13h00 - 19h59	24:01:02	11,1	54:11:40	25,0	78:12:42
20h00 - 22h59	1:54:08	0,9	1:41:04	0,8	3:35:12
23h00 - 05h59	55:03:43	25,4	73:04:44	33,7	128:08:27
Totais	80:58:53	37,3	136:00:52	62,7	216:59:45

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 136 horas, emitidas pela TVI e as 478 horas da SIC. A RTP2 exhibe a maioria de produções cinematográficas durante a semana.

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.

De referir que o primeiro serviço do operador público e os serviços de programas privados, SIC e TVI, durante a semana, a faixa horária coincidente com o horário nobre, das 20h00 às 22h59, tem uma percentagem residual ou inexistente deste tipo de programação.

Fig. 18- Origem das produções cinematográficas (horas)

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 nos anos anteriores. Já as produções cinematográficas com origem na América Latina apresentam um volume de horas residual. De assinalar a subida de exibições de obras de produção nacional.

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 dedicados integralmente. Em seguida são analisados os serviços de programas generalistas em sinal aberto, RTP1, RTP2, SIC, TVI, e temáticos infantojuvenis, Canal 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 serviços 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 2018, 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- Evolução dos tempos de programação infantil-juvenil - 1.ª exibição (horas)

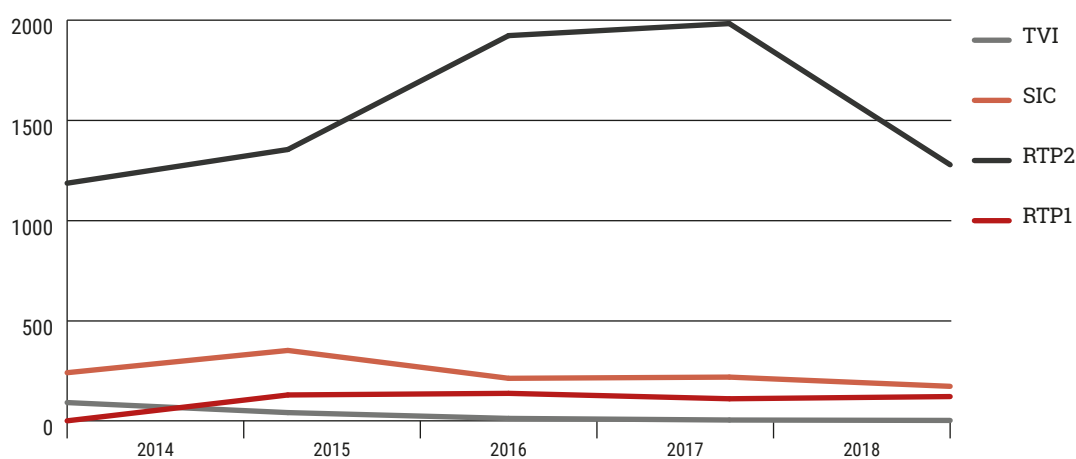
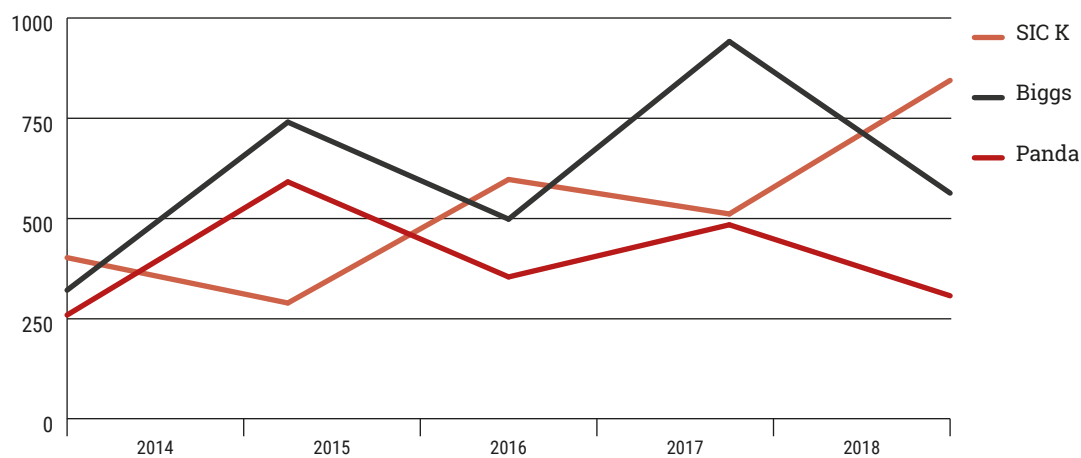


Fig.20- Evolução dos tempos de programação infantil-juvenil - 1.ª exibição (horas)



De salientar que 2014 foi o ano em que se exibiu o menor número de horas de programação infantil/juvenil de primeira exibição, quer nos serviços generalistas, quer nos temáticos, à exceção da TVI e da SIC K.

Ao nível dos canais generalistas, realça-se a RTP2 com o maior volume de horas em todos os anos, atingindo o pico em 2017, com 1983h.

Já nos restantes serviços generalistas, o volume tem vindo a decrescer. Salienta-se que a TVI só exibiu filmes de animação/fantasia como primeira exibição, em 2018.

Quanto aos serviços de programas temáticos, em 2018, assistimos a um crescimento exponencial do volume de horas exibido pela SIC K, o dobro do apresentado em 2014. Já nos serviços do operador DREAMIA assinalam-se descidas face a 2017.

Fig.21 - Origem das produções infantis-juvenis nos serviços generalistas (hh:mm:ss)

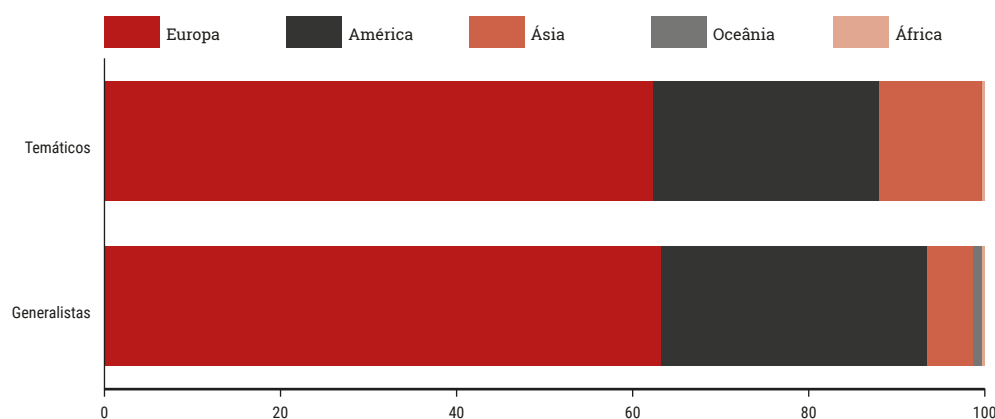
País Produção	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Totais
África do Sul		5:22:50			5:22:50
Alemanha		47:10:12	6:54:55		54:05:07
Argentina			15:01:27		15:01:27
Austrália		15:10:17			15:10:17
Bélgica		2:30:36			2:30:36
Brasil		9:42:44	9:06:18		18:49:02
Canadá		147:09:46	9:38:02		156:47:48
Chile		6:44:14			6:44:14
Coreia do Sul	0:27:41	23:46:22			24:14:03
Dinamarca			3:52:17		3:52:17
Espanha	27:53:31	117:15:33			145:09:04
EUA		197:17:49	74:19:39	4:08:25	275:45:53
Filândia		1:17:32			1:17:32
França	13:53:46	369:36:27	28:32:21		412:02:34
Holanda		3:19:10			3:19:10
Hungria					0:00:00
Irlanda	5:38:07	42:31:48			48:09:55
Israel		5:20:09	4:36:44		9:56:53
Itália		27:23:24			27:23:24
Japão		31:01:34	19:53:21		50:54:55
Noruega		1:23:57			1:23:57
Portugal	32:37:50	12:41:22			45:19:12
Reino Unido	9:24:16	202:50:48			212:15:04
Rússia		4:20:27	1:38:21		5:58:48
Suíça	17:22:57	5:05:50			22:28:47
Total	107:18:08	1273:40:01	173:33:25	4:08:25	1564:02:49

Numa análise conjunta e para os serviços generalistas, assiste-se a uma supremacia dos conteúdos provenientes de França, seguido dos EUA e do Reino Unido. Ao longo de 2018 não foram exibidas obras de primeira exibição, na RTP1, com origem nos EUA. De assinalar que o Canadá ganha expressividade neste tipo de programação, com especial destaque na RTP2.

Fig.22 - Origem das produções infantis-juvenis nos serviços temáticos (hh:mm:ss)

País Produção	Canal Panda	Biggs	SIC K	Totais
África do Sul			4:49:28	4:49:28
Alemanha	13:12:50			13:12:50
Argentina		25:11:20	31:56:54	57:08:14
Austália			1:23:04	1:23:04
Bélgica	1:28:46		2:40:26	4:09:12
Brasil			9:37:57	9:37:57
Canadá	10:30:00	12:01:14	40:41:39	63:12:53
Chipre	4:58:55	20:31:00		25:29:55
Coreia do Sul	11:55:23		21:23:48	33:19:11
Dinamarca			10:09:46	10:09:46
Espanha	45:12:12	152:25:07	67:36:33	265:13:52
EUA	74:25:44	56:45:02	168:44:59	299:55:45
França	42:09:29	20:05:06	86:07:46	148:22:21
Holanda	11:59:41	1:10:14		13:09:55
Hong Kong			1:24:13	1:24:13
Israel			28:49:06	28:49:06
Itália	10:32:29		14:30:15	25:02:44
Japão	20:25:15	35:17:37	104:14:45	159:57:37
México			10:42:20	10:42:20
Mónaco			5:32:25	5:32:25
Portugal	20:48:34	238:39:08	216:04:14	475:31:56
Reino Unido	34:45:50		17:03:46	51:49:36
Rússia	4:04:52			4:04:52
Total	306:30:00	562:05:48	843:33:24	1712:09:12

Já no cômputo dos serviços temáticos infantis-juvenis a primazia dos programas de primeira exibição é dada a Portugal, seguida dos EUA e de Espanha.

Fig.23 - 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 infantis-juvenis exibidas, quer nos serviços generalistas, quer temáticos.

Refira-se que incluídos na percentagem referente ao continente americano estão os conteúdos oriundos de todo o continente, incluindo América do Norte, que dá o maior contributo para a percentagem do continente.

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 o Mónaco e Israel.



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Morada

Avenida 24 de Julho, n.º 58
1200-869 Lisboa

Contatos

Tel: +351 210 107 000
Fax: +351 210 107 019
Geral: info@erc.pt

