

**Conselho Regulador da
Entidade Reguladora para a Comunicação Social**



**Deliberação
11/OUT-TV/2010**

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Auditoria à empresa concessionária do serviço público de televisão,
Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, S.A., referente ao ano de
2006**

Lisboa

20 de Maio de 2010

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação 11/OUT-TV/2010

Assunto: Auditoria à empresa concessionária do serviço público de televisão, Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, S.A., referente ao ano de 2006

I. Introdução

1. O Conselho Regulador da ERC, nos termos do artigo 24.º, n.º 3, alínea n), dos seus Estatutos, publicados em anexo à Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro, tem obrigação de “[p]romover a realização e a posterior publicação integral de auditorias anuais às empresas concessionárias dos serviços públicos de rádio e de televisão e verificar a boa execução dos contratos de concessão”.

2. Em cumprimento de tal mandato e na sequência de concurso público aberto para o efeito, foi determinada a adjudicação da prestação de serviços de auditoria à empresa concessionária do serviço público de televisão referente ao ano de 2006, a favor da candidata BDO bdc & Associados, SROC, Lda., nos termos da Deliberação 2/OUT-TV/2008, de 13 de Fevereiro, pela qual se estabeleceu que a auditoria não compreenderia a análise de programação, entendida esta como análise e monitorização sistemática de conteúdos de programação, dado tratar-se de matéria objecto de verificação própria pela ERC e detalhadamente explanada no seu Relatório de Regulação referente ao ano de 2006.

3. A auditoria realizada teve por objectivo a verificação do cumprimento das obrigações impostas pelo Contrato de Concessão Geral e Especial, bem como do previsto no seu Aditamento e, ainda, o cumprimento do Protocolo celebrado entre os três operadores de televisão, assinado em 21 de Agosto de 2003. Compreendendo, em concreto, elementos que permitam aferir do cumprimento das obrigações de serviço

público impostas à concessionária, a transparência e proporcionalidade dos fluxos financeiros àquelas associados, atendendo, nomeadamente, ao previsto nas cláusulas 14.^a, 15.^a e 20.^a do Contrato de Concessão, de 22 de Setembro de 2003.

II. Relatório da auditoria – BDO bdc & Associados, SROC, Lda.

4. No âmbito da análise efectuada à revisão do sistema de produção de informação analítica e dos respectivos critérios e regras de imputação dos custos do serviço público de televisão, a auditoria efectuada ficou *ab initio* prejudicada, no entender dos seus responsáveis, pelas deficiências existentes no sistema de produção de informação analítica, que inviabilizaram a obtenção da base de dados do orçamento para 2006, bem como a análise da execução orçamental.

Todavia, ainda assim, foi possível verificar que o *sistema de acompanhamento da execução orçamental em vigor para 2006 não tinha como objectivo ou procedimento específico a verificação do cumprimento das metas qualitativas e quantitativas do PAOSP (Plano de Actividades e Orçamento do Serviço Público)*.

Mais se conclui no sentido da inexistência de uma tabela de imputação dos custos e proveitos aos objectos de custeio, não existindo uma metodologia estruturada de custeio. A isto acresce que a informação disponível não permite uma repartição dos custos directos das emissões internacionais entre a RTP África e a RTP Internacional, prejudicando a verificação do cumprimento da rubrica constante do ponto 1.4 da Cláusula 15.^a do Contrato de Concessão Geral do Serviço Público de Televisão (doravante CCGSPTv).

5. Quanto à análise realizada à revisão do plano de actividades e orçamento do serviço público, também aqui os auditores se depararam com alguns constrangimentos decorrentes da ausência de uma sistematização dos ajustamentos entre o orçamento e o plano de actividades, não existindo, neste último, uma estimativa e repartição dos custos comuns, *os quais são apurados apenas no Relatório sobre o cumprimento das obrigações de serviço público (RCOSP) e imputados aos objectos de custeio de acordo com os seguintes critérios: Televisão 80%; Rádio 20%; e dentro da televisão: RTP 1,*

55%; A2, 20%; *RTP Internacional, RTP África, RTP Açores, RTP Madeira e Outros, 5% cada.*

No plano de actividades não há qualquer remissão ou enquadramento explícito quanto às obrigações consagradas no CCGSPTv, sendo aquele composto fundamentalmente por informação qualitativa que não permite de forma clara uma análise qualitativa e quantitativa dos serviços específicos contratualizados com o Estado.

6. Da análise das demonstrações financeiras não foi possível, pelos fundamentos constantes a fls. 5 da Fase III do Relatório da Auditoria, avaliar o saldo das dívidas existentes junto de instituições de crédito e a existência de outras responsabilidades. O balanço consolidado apresenta valores de capital próprio negativo, encontrando-se, porém, salvaguardada a garantia de continuidade das operações pelas medidas de saneamento financeiro incluídas no acordo de reestruturação financeira.

Neste âmbito, é recusada pelos auditores a imputação do investimento realizado na recuperação e digitalização do arquivo audiovisual como custo do serviço público de televisão, o qual, tendo sido orçamentado pela RTP, no objecto de custeio “Arquivo”, é tido pela auditora como não enquadrável no conceito de custo de exploração do Arquivo audiovisual previsto no CCGSPTv.

As demonstrações financeiras individuais - e tendo presente a reserva por desacordo quanto à aplicação do princípio da especialização dos exercícios, manifestada pelos auditores -, apresentam uma sobreavaliação dos custos do serviço público em 1.111 milhares de euros, que, de acordo com o documento, deveriam ser integrados nos custos do exercício anterior e não no de 2006, daí resultando, por conseguinte, uma sobreavaliação dos custos do serviço público para 2006.

É, ainda, evidenciado que, com a alteração da política contabilística de reconhecimento do apoio ao Instituto do Cinema, Audiovisual e Multimédia, cujo protocolo foi apenas assinado em 2007, os custos do exercício de 2006 aumentaram em cerca de 1.500 milhares de euros, totalmente integrados nos custos do serviço público de televisão de 2006, mas, dada a aplicação do método da equivalência patrimonial, tal montante foi imputado ao exercício de 2006, sobreavaliando os custos do serviço público desse ano.

7. Da apreciação do enquadramento legislativo dos contratos de concessão de serviço público de televisão, os auditores verificaram que a alteração do clausulado ocorrida em 2008 colmatou algumas das falhas registadas no contrato de 2003.

Evidenciam, porém, que ainda assim se impõem algumas alterações, decorrentes, aliás, de decisões da Comissão Europeia, designadamente quanto à determinação da remuneração do capital próprio e quanto ao excesso de compensação, concluindo-se que tais disposições «além de não estarem contempladas nos CCSPTs, não são consistentes com a forma de compensação do serviço de programas generalista (...) que assenta num conceito de custo de oportunidade, que difere do conceito preconizado no artigo 5.º [da Decisão da Comissão 2005/842/CE, de 28 de Novembro de 2005], i.e., a medição do custo *“ocasionado pelo cumprimento das obrigações de serviço público”*».

Neste âmbito é, ainda, proposta a clarificação das mensagens publicitárias que são excluídas para efeitos de apuramento dos limites de tempo reservado à publicidade, particularmente relevante para o apuramento da indemnização prevista na Cláusula 15.ª, I.1.1.

8. As análises globais relativas à avaliação do cumprimento das missões de serviço público de televisão realizadas pelos auditores levam a concluir pela existência de fortes indícios de incumprimentos à Cláusula 13.ª do CCGSPTv (cfr. fls. 12 do Capítulo 2 da Fase IV do Relatório), que estabelece um limite de 6 minutos para a difusão de mensagens de publicidade comercial. Tendo, também, identificado situações de incumprimento do limite de 12 minutos fixado na Lei da Televisão (art. 36.º da Lei n.º32/2003, de 22 de Agosto¹), limite esse aplicável a todos os serviços de programas de cobertura nacional e acesso não condicionado.

Referem os auditores que as metodologias e ferramentas adoptadas no âmbito da análise realizada foram distintas das utilizadas pela RTP, a tal se imputando as

¹ Diploma em vigor à data a que se refere a auditoria, revogado pela Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho.

discrepâncias existentes entre os dados do operador e os dados da auditoria, sem que tal ponha em causa a convicção de incumprimentos por parte da RTP.

É, ainda, evidenciado que, no ano em análise, não foi divulgado o Estatuto Editorial, conjuntamente com o Relatório e Contas, constatando-se que o documento contendo a linha editorial da RTP, *com os princípios éticos e profissionais que guiam o comportamento jornalístico da televisão pública é datado de Agosto de 2001 e necessita, naturalmente, de uma revisão e actualização* (fls. 17, ponto 3.3 do Capítulo 2 da Fase IV do Relatório da Auditoria), questão igualmente assinalada pelo Provedor do Telespectador *que, em relação ao alinhamento e agenda das notícias, considera indispensável a publicação de um novo e actualizado Livro de Estilo no qual estejam explicitados os critérios editoriais seguidos.*

Conclui a auditora que, da análise global realizada, os aspectos evidenciados, apesar de constituírem incumprimentos pontuais, “não afectam o cumprimento global pela RTP das suas obrigações legais e contratuais sobre estas matérias”, sendo de salientar a inexistência de incumprimentos por parte da RTP ao protocolo celebrado com a SIC e TVI, em 19 de Setembro de 2003 e respectiva adenda, o qual, refira-se, estabelece sobretudo obrigações para os operadores privados.

Nesta sede é, igualmente, referenciado o Relatório do Provedor do Telespectador, respectivas conclusões e recomendações - cfr. fls. 27 do Capítulo 2 da Fase IV do Relatório.

9. Por último, quanto à análise quantitativa relativa ao apuramento dos resultados do serviço público de televisão, respectiva indemnização compensatória e outros financiamentos, conclui a auditora no sentido da inexistência, no custeio do serviço público de televisão da RTP SGPS, de 2006, de uma metodologia estruturada de custeio e inexistência de uma separação entre os custos e receitas relativos ao serviço de interesse económico geral prestado pela RTP e os relativos a outros serviços por aquela prestados, desrespeitando, assim, o previsto no n.º 5 do artigo 5.º da Decisão da Comissão já referida, de 28 de Novembro de 2005.

III. Audiência do interessado - Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, S.A.

10. Nos termos da Deliberação 8/OUT-TV/2009, de 18 de Novembro de 2009, foi a RTP, SGPS, notificada para se pronunciar, o que fez, em 18 de Dezembro de 2009, refutando alguns aspectos do Relatório, designadamente nos seguintes termos:

- a) As limitações analíticas apontadas (Ponto II-2.1. do Relatório Técnico Síntese) resultam da alteração estrutural da empresa, no momento da sua fusão, que conduziu a que não fosse possível aceder à base de dados do Orçamento de 2006, salientando que «a referida ausência de “arquivo integral de documentação” se reporta apenas a alguns documentos impressos relativos a objectos de custeio (...)».

Sublinha, ainda, que o decurso do tempo até ao momento da realização da auditoria não contribuiu para a preservação da “evidência das propostas das Direcções e ajustamentos efectuados e conseqüentemente o rastreamento da metodologia”.

- b) Quanto aos critérios e regras de imputação de custos adoptados (Ponto II-2.3. do Relatório Técnico Síntese), refere a RTP que os mesmos se encontram definidos no Contrato de Concessão, quer especificamente, quer remetendo para o conceito de custo marginal, repudiando, a concessionária, a alusão a metodologias *ad-hoc* ou a inexistência de metodologia estruturada de custeio, evidenciando que “[as] auditorias financeiras da IGF (responsáveis no Contrato de Concessão pela auditoria financeira) nunca identificaram qualquer insuficiência de informação.”
- c) Quanto à inexistência de informação qualitativa no plano de actividades e orçamento de serviço público (Ponto II-2.5. do Relatório Técnico Síntese), sustenta a concessionária que “a Cláusula 16.^a do CCgSPT (e a Cláusula 10.^a da Concessão Especial) não impõem, como elementos do Plano de Actividades e Orçamento, quaisquer requisitos de natureza qualitativa, nem obrigam a qualquer remissão ou enquadramento explícito para a estrutura das obrigações de Serviço Público”, por

consequente “a não existência de informação qualitativa integrada no PAOSP (...) não deverá fundamentar qualquer apreciação negativa.”

Salienta, quanto à posição do Conselho de Opinião, que “da leitura do depoimento do [Conselho de Opinião da RTP] não se identifica qualquer referência ao não cumprimento de obrigações determinadas pelos Contrato de Concessão por parte do Serviço Público de Televisão”.

- d) Quanto à inclusão como custo do serviço público do investimento na recuperação e digitalização do arquivo audiovisual e despesas com pensões e indemnizações (Ponto II-2.8. e 2.9. do Relatório Técnico Síntese), refere a empresa que discorda da orientação defendida, que, entende, “ficou cabalmente esclarecida no Contrato de Concessão de 25 de Março de 2008”, o qual “vem esclarecer definitivamente que quer os custos de investimentos no arquivo histórico, quer as despesas (configuradas ou não como custos) relativas a pensões e cuidados médicos de reformados são financiados pelo Serviço Público”.²

Sublinha que “[o] investimento no Arquivo Histórico – (...) – tem de ser financiado e, portanto, havia necessidade de garantir o plano de recuperação do Arquivo Histórico estimado no Acordo de Reestruturação Financeira em 20 milhões de Euros”, acrescentando que “[a] Empresa está impedida, por Lei, de contrair novos financiamentos; ora, o investimento no Arquivo Histórico, pela sua excepcionalidade e não recorrência, foi tratado de forma autónoma e específica no próprio Acordo de Reestruturação”, considerando que o mesmo argumento sustenta o valor das pensões pagas.

Conclui referindo que “[os] custos incorridos pela empresa no desenvolvimento das suas obrigações são obrigatoriamente elegíveis porque com as limitações de financiamento e de custos globais, não se pode entender de outra forma”.

² V. Cláusula 25.^a do Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão de 25 de Março de 2008

- e) Relativamente às conclusões da BDO quanto à aplicação do princípio da especialização dos exercícios e da alteração de política contabilística de reconhecimento do apoio ao ICAM (Ponto II-2.10. e 2.11. do Relatório Técnico Síntese), sustenta o operador que “[as] Demonstrações Financeiras Consolidadas são a fonte de informação relevante e única para a avaliação financeira reportada no relatório sobre o cumprimento das obrigações de serviço público”, salientando que “a auditoria às Demonstrações Financeiras Consolidadas, está isenta das reservas mencionadas nos relatórios das empresas individuais.”
- f) O Relatório da Auditoria dá como bastante provável o incumprimento do limite de tempo reservado à publicidade consagrado na Cláusula 13.^a do Contrato de Concessão Geral (Ponto II.2.13. e 2.14. do Relatório Técnico Síntese), considerando a concessionária incompreensível tal conclusão à luz da inexistência de elementos confirmativos de tal incumprimento nos relatórios mensais, facultados à auditora, submetidos ao Gabinete de Meios para a Comunicação Social, bem como de quaisquer sanções com ele relacionadas.
- g) Em matéria de valor líquido do custo de serviço público (Ponto II-2.21. e 2.22. do Relatório Técnico Síntese), de acordo com os ajustamentos propostos pelos auditores, a RTP “não concorda com os ajustamento efectuados (...)”.

11. Dos aspectos evidenciados pela auditoria, mereceu a concordância por parte da concessionária a recomendação efectuada, no âmbito dos ajustamentos e reclassificações aos resultados do serviço público de televisão, nos quais foram considerados montantes que não se enquadram no conceito de exploração previsto no Contrato de Concessão Geral de Serviço Público de Televisão, nomeadamente no que respeita ao imposto do selo sobre os juros dos financiamentos, no montante de 1901 milhares de euros (Ponto II-2.20. do Relatório Técnico Síntese).

12. Refira-se que, simultaneamente com o Relatório da Auditoria - o qual foi remetido na totalidade, tendo a RTP circunscrito a sua pronúncia ao Relatório Técnico de Síntese -, foram remetidos à RTP os dados apresentados no Relatório de Regulação da ERC, referente ao ano de 2006, constantes do Anexo II da presente Deliberação e que são parte integrante da mesma, sobre os quais a concessionária do serviço público não se pronunciou.

IV. Conclusões

13. Um dos primeiros aspectos que se tem por pertinente salientar reporta-se à inclusão como custo do serviço público do investimento na recuperação e digitalização do arquivo audiovisual, o qual, na opinião dos auditores, não poderia ser enquadrado no custo de exploração do arquivo audiovisual previsto no contrato de concessão.

Saliente-se que, entre as obrigações do operador de serviço público, encontra-se contratualizada a obrigação de “manter, conservar e actualizar os seus arquivos audiovisuais e a facultar o seu acesso, em condições de eficácia e acessibilidade de custos, nomeadamente aos operadores privados de televisão e aos produtores de cinema e audiovisuais” (cfr. Cláusula 11.ª, n.º 3 do CCGSPTv). Estabelecendo a Portaria n.º 111/91, de 7 de Fevereiro, que a RTP “deverá conservar em arquivo, e nas melhores condições de utilização, os registos classificados como de interesse público (...), tendo em vista a preservação, a valorização e a difusão de obras e de documentos que constituam marcos na produção televisiva e um testemunho da época e da evolução da própria sociedade.”

Para determinação do valor da indemnização compensatória, nos termos da Cláusula 15.ª do CCGSPTv, é incluída a rubrica referente ao serviço específico do custo de exploração dos arquivos audiovisuais, que abrange “os encargos com a manutenção e actualização dos respectivos serviços”, devendo tomar-se em consideração, para o seu apuramento, “os custos efectivamente despendidos em instalações, meios humanos e materiais, directos e indirectos alocados numa base material” e aos quais devem ser retirados os respectivos proveitos.

Face às obrigações decorrentes do contrato celebrado com o Estado e supra referenciadas, o Conselho Regulador concorda com o entendimento perfilhado pela concessionária de serviço público, considerando que, tendo em vista o cumprimento da mencionada obrigação, o investimento efectuado na recuperação e digitalização do arquivo audiovisual não poderá deixar de ser integrado no custo do serviço público, dado estarem em causa operações que viabilizam a preservação e a disponibilização, nas melhores condições técnicas, de um espólio único e de inegável importância histórico-cultural.

14. Feita a reserva supra, importará assinalar alguns aspectos evidenciados no Relatório da Auditoria, que se entende carecerem de regularização por parte da RTP, SGPS. De facto, foram evidenciadas e bastante sublinhadas diversas deficiências, quer ao nível da informação disponível quer ao nível da produção de informação analítica, a saber:

- i.* Inexistência da base de dados do orçamento de 2006;
- ii.* Ausência de uma sistematização dos ajustamentos entre o orçamento e o plano de actividade e orçamento de serviço público;
- iii.* Não identificação do sistema de produção de informação analítica utilizado para fazer face às obrigações definidas nos contratos de concessão de serviço público, concretamente na orçamentação e controlo da execução;
- iv.* Inexistência uma tabela de imputação de custos e proveitos aos objectos de custeio;
- v.* Apuramentos de custos de exploração por exclusão; designadamente, os custos de exploração do canal generalista são apurados por diferença, após o apuramento dos custos dos outros serviços;
- vi.* Inexistência de uma metodologia estruturada de custeio.

A própria construção e modelo de apresentação do plano de actividades e orçamento do serviço público inviabilizam uma apreciação mais rigorosa, de ordem

qualitativa, das obrigações gerais da concessionária, pondo, mesmo, em causa a utilidade do referido plano.

Como evidenciado no Relatório Técnico de Síntese da Auditoria, a fls. 14, “[o] objectivo de sistemas de produção de informação analítica e de controlo interno é o de garantir com razoabilidade (...), a condução ordenada e eficiente dos negócios do Grupo formado pela RTP SGPS e suas Subsidiárias, incluindo a aderência às políticas de gestão e salvaguarda de activos, a prevenção e detecção de fraudes e erros, o rigor e plenitude dos registos contabilísticos, o cumprimento das leis, dos regulamentos e dos contratos e a preparação tempestiva de informações financeiras e qualitativas credíveis”.

Tendo em conta as obrigações especiais que impendem sobre a concessionária, quanto ao controlo rigoroso da sua gestão e necessidade de salvaguarda da transparência das relações financeiras que mantém com o Estado, não poderá o Conselho Regulador deixar de registar que as falhas apontadas obstam à concretização de um dos objectivos desta auditoria: a verificação dos critérios subjacentes à orçamentação do serviço público e respectiva execução.

A concessionária tem um especial dever e responsabilidade de assegurar a preservação e acessibilidade dos instrumentos de controlo, nomeadamente atendendo à obrigatoriedade de realização das auditorias externas, como a ora em análise, sublinhando-se, igualmente, como aconselhável que os instrumentos de gestão se aproximem o mais possível dos parâmetros necessários à avaliação do plano de actividades e orçamento do serviço público face às obrigações impostas pelos contratos de concessão.

15. Outro dos aspectos evidenciados no Relatório da Auditoria, no âmbito da avaliação do cumprimento das missões de serviço público, reporta-se aos limites de tempo reservado a publicidade, sendo identificadas pela própria RTP 159 situações em que o limite consagrado no contrato de concessão (6m) é ultrapassado. Apesar de este número ser bastante inferior ao das situações registadas pela Auditora, que refere que tais diferenças resultam da aplicação de metodologias distintas nos apuramentos, entende-se, que tais violações, por si só, põem em causa a própria razão de ser da

indenização compensatória, nomeadamente a rubrica prevista na Cláusula 15.^a, I.1.1, do CCGSPTv.

16. Na análise desenvolvida pela auditora ao valor do custo líquido do serviço público, concluiu aquela que, com os ajustamentos propostos (cfr.II.6), tal valor ascenderia a 199 435 milhares de euros.

Deste montante global, os auditores procederam à dedução do custo apresentado pela concessionária para o serviço de programas RTP 1 (125 907 milhares de euros), para a fixação do valor relevante no apuramento da indenização compensatória devida pelo Estado. Tal valor resultou, enfim, da adição do chamado “custo de oportunidade”, apurado em função das perdas de receitas publicitárias decorrentes das limitações impostas pela Cláusula 13.^a do CCGSPTv (69 070 milhares de euros), ascendendo, nas contas dos auditores, a 142 598 milhares de euros.

Ora, a RTP recebeu, em 2006, a título de indenização compensatória, um total de 124 000 milhares de euros, valor este que fica aquém, conforme supra evidenciado, do avaliado pela auditora.

Por outro lado, refira-se que em 2006 a contribuição para o audiovisual atingiu 48 995 milhares de euros e que as dotações de capital cifraram-se em 47 300 milhares de euros, para além de a contribuição dos governos regionais dos Açores e Madeira se ter fixado em 124 mil euros.

17. Conforme referido no ponto 11 da presente Deliberação, foi disponibilizado à RTP, em sede de audiência de interessados, um documento com dados **extraídos do Relatório de Regulação de 2006 (Anexo II)**, documento esse que não foi objecto de qualquer pronúncia por parte da concessionária do serviço público e do qual importará evidenciar os seguintes aspectos:

- a. No que respeita ao cumprimento das obrigações previstas na Lei da Televisão (Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto) relativamente à **difusão de programas originariamente em língua portuguesa**, à difusão de **programas criativos de produção originária em língua portuguesa**, à **produção europeia** e à emissão de **obras europeias provenientes de produtores independentes**, o

operador de serviço público cumpriu as obrigações legais.

- b. **No que respeita à diversidade de géneros da programação**, não obstante existir desequilíbrio no peso dos diversos géneros, na generalidade a RTP respeitou aquele princípio, verificando-se, por outro lado, um equilíbrio entre a representação dos géneros de programas e respectivas funções. De assinalar, contudo, que no serviço de programas generalista de sinal aberto RTP1 se verificou um défice de programas com função predominantemente formativa, patente na fraca presença de programas dos géneros Educativos e Culturais. É, igualmente, de notar, no mesmo serviço, a escassez de programas do género Infantis e Juvenis.
- c. **Relativamente ao cumprimento dos horários de programação** foram identificados incumprimentos de horários de programação previstos emitidos nas diferentes faixas horárias do serviço de programas generalista de sinal aberto RTP1³.
- d. **No que respeita á diversidade e pluralismo da informação**, embora em termos gerais exista diversidade e pluralismo de temas, fontes e actores no principal bloco informativo do serviço de programas generalista RTP1, o único a ser abrangido na análise, verificou-se que apenas quatro temas - Política Nacional, Desporto (com presença hegemónica do Futebol face a outras modalidades desportivas), Assuntos Internacionais e Ordem Interna - representam 56,7% dos temas emitidos. Por outro lado, a presença de temas, actores e fontes de áreas como a Cultura, a Educação e as Forças laborais é diminuta, sendo, além disso, residual o número de peças emitidas sobre temas, fontes e actores ligados à Emigração, à Imigração e a Minorias étnicas, culturais e religiosas.

³ Em 2006 a apreciação do cumprimento dos horários de programação cingiu-se ao canal generalista de serviço público RTP1, fundamentando-se nas obrigações legais consagradas na Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto, Lei da Televisão em vigor à data a que se reporta a auditoria. Nesta matéria, tais obrigações traduziam-se na “observância de uma ética de antena”, que pressupõe o respeito pelos consumidores, reflectida, nomeadamente, no cumprimento dos programas e horários anunciados.

18. Desta análise resulta que as insuficiências detectadas reportam-se a metas definidas quer na lei (cfr. art. 47.º, n.º 2, alíneas a) e d), da Lei da Televisão de 2003), quer no contrato celebrado com o Estado (cfr. Cláusula 5.ª, n.ºs 1 e 2, alínea a) e d), e Cláusula 6.ª, n.º 1, alíneas b), c) e h), do CCGSPTv), visando garantir que a concessionária de serviço público seja reconhecida como uma televisão de referência, contribuindo para a formação, informação e entretenimento de todos os telespectadores

V. Deliberação

1. O Conselho Regulador da ERC, nos termos do artigo 24.º, n.º 3, alínea n), dos seus Estatutos, publicados em anexo à Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro, tem obrigação de “[p]romover a realização e a posterior publicação integral de auditorias anuais às empresas concessionárias dos serviços públicos de rádio e de televisão e verificar a boa execução dos contratos de concessão”.

2. Em cumprimento de tal mandato, e na sequência de concurso público aberto para o efeito, o Conselho Regulador estabeleceu que a auditoria externa não compreenderia a análise de programação, entendida esta como apreciação e monitorização sistemática de conteúdos de programação, dado tratar-se de matéria objecto de verificação própria pela ERC e detalhadamente explanada no seu Relatório de Regulação referente ao ano de 2006, cujas conclusões se dão aqui como reproduzidas.

3. Das conclusões expressas pelos auditores externos sobre a adequação dos fluxos financeiros resulta:

- a.** Que as obrigações de serviço público de televisão foram cumpridas em todos os aspectos relevantes;
- b.** Que o valor da indemnização compensatória atribuída pelo Estado, não incluindo outros instrumentos de financiamento do serviço público de televisão, se situa aquém, em cerca de 18 098 milhares de euros, do apurado pela BDO como custo relevante do serviço público de televisão.

A este valor deverá acrescer, no entendimento do Conselho Regulador, o montante do investimento realizado pela concessionária no Arquivo Audiovisual (2 962 milhares de euros), tal como se assinalou no ponto 12 da presente deliberação; e

- c. Que subsistem fortes indícios de incumprimento dos limites de tempo reservados à publicidade, previstos na Cláusula 13.^a do Contrato de Concessão Geral do Serviço Público de Televisão.

4. Por outro lado, do cruzamento da análise à referida auditoria com os elementos apurados pelo Conselho Regulador, relativamente ao exercício de 2006, expressos no relatório de regulação apresentado à Assembleia de Republica e publicamente divulgado em 2007, o Conselho Regulador não pode deixar de assinalar os incumprimentos detectados, nomeadamente o défice registado na RTP 1 de programas com função formativa, cultural e educativa, e na escassez de programas infantis e dirigidos a minorias.

Lisboa, 20 de Maio de 2010

O Conselho Regulador

José Alberto de Azeredo Lopes
Elísio Cabral de Oliveira
Luís Gonçalves da Silva (abstenção)
Maria Estrela Serrano
Rui Assis Ferreira

**RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO
PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL,
SGPS, SA**

RELATÓRIO TÉCNICO DETALHADO

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

ÍNDICE DO RELATÓRIO TÉCNICO DETALHADO

FASE I – REVISÃO DO SISTEMA DE PRODUÇÃO DE INFORMAÇÃO ANALÍTICA E DOS RESPECTIVOS CRITÉRIOS E REGRAS DE IMPUTAÇÃO DOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

FASE II – REVISÃO DO PLANO DE ACTIVIDADES E ORÇAMENTO DO SERVIÇO PÚBLICO

FASE III – REVISÃO LIMITADA DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

FASE IV – AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

**RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO
PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL,
SGPS, SA**

RELATÓRIO TÉCNICO DETALHADO

**FASE I
REVISÃO DO SISTEMA DE PRODUÇÃO
DE INFORMAÇÃO ANALÍTICA E DOS
RESPECTIVOS CRITÉRIOS E REGRAS
DE IMPUTAÇÃO DOS CUSTOS DO
SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO**

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

RELATÓRIO TÉCNICO DETALHADO

FASE I – REVISÃO DO SISTEMA DE PRODUÇÃO DE INFORMAÇÃO ANALÍTICA E DOS RESPECTIVOS CRITÉRIOS E REGRAS DE IMPUTAÇÃO DOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ÍNDICE

I – FONTES DE INFORMAÇÃO

1.1 Documentação Analisada

1.2 Reuniões com os Serviços da RTP – Rádio e Televisão de Portugal, SA

II – TRABALHO DESENVOLVIDO

III – PRINCIPAIS CONCLUSÕES

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

RELATÓRIO TÉCNICO DETALHADO

FASE I – REVISÃO DO SISTEMA DE PRODUÇÃO DE INFORMAÇÃO ANALÍTICA E DOS RESPECTIVOS CRITÉRIOS E REGRAS DE IMPUTAÇÃO DOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

I – FONTES DE INFORMAÇÃO

1.1. Documentação Analisada

1.1.1. Documentação Contratual e Legislação Nacional e Comunitária

- Contrato de Concessão Geral de Serviço Público de Televisão (CCgSPT) celebrado em 22 de Setembro de 2003 entre o Estado Português e a Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, SA (RTP SGPS);
- Aditamento ao CCgSPT celebrado em 22 de Setembro de 2003 entre o Estado Português e a RTP SGPS;
- Contrato de Concessão Especial de Serviço Público de Televisão (CCeSPT) celebrado em 17 de Novembro de 2003 entre o Estado Português e a RTP SGPS;
- Acordo de Reestruturação Financeira (ARF) celebrado em 22 de Setembro de 2003 entre o Estado Português e a RTP SGPS;
- Lei n.º 30/2003, de 22 de Agosto (aprova o modelo de financiamento do serviço público de radiodifusão e de televisão);
- Decreto-Lei n.º 169-A/2005, de 3 de Outubro (altera a Lei n.º 30/2003);
- Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto (Lei da Televisão);
- Lei n.º 33/2003, de 22 de Agosto (aprova a reestruturação do sector empresarial do Estado na área do audiovisual; transforma a Radiotelevisão Portuguesa SA, sociedade anónima de capitais exclusivamente públicos, em sociedade gestora de participações sociais, com a denominação Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, SA. Cria a Radiotelevisão Portuguesa - Serviço Público de Televisão, SA, constituída por cisão legal e consequente destaque de parte do património da Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, SA. Publica os estatutos das empresas ora criadas e reestruturadas e altera algumas disposições sobre a Lei da Rádio;

- Lei n.º 2/2006, de 14 de Fevereiro (altera a Lei n.º 33/2003). Cria o Provedor do Ouvinte e o Provedor do Telespectador nos serviços públicos de rádio e de televisão;
- Portaria n.º 111/91, de 7 de Fevereiro, emanada da Presidência do Conselho de Ministros e Ministério das Finanças (Arquivo Audiovisual);
- Directiva 2005/81/CE, da Comissão, de 28 de Novembro, que altera a Directiva 80/723/CEE, da Comissão (relativas à transparência das relações financeiras entre os Estados-Membros e as empresas públicas);
- Directiva 89/552/CEE, do Conselho, de 3 de Outubro (relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros).

1.1.2 Plano de Actividades e Orçamento de Serviço Público e Documentação Relacionada

- Plano de Actividades e Orçamento do Serviço Público (PAOSP) da RTP SGPS para 2006;
- Pressupostos definidos pelo Conselho de Administração (CA) para a construção do PAOSP para 2006;
- Parecer do Revisor Oficial de Contas (ROC) sobre o PAOSP para 2006;
- Parecer do Conselho de Opinião sobre o PAOSP para 2006;
- Cartas de acompanhamento do PAOSP e respectivos Pareceres do ROC e do Conselho de Opinião no envio às Entidades previstas nos CCSPTs e nos termos da Lei.

1.1.3 Documentação Interna sobre Procedimentos Instituídos em Vigor em 2006, Relativamente à Estrutura Organizativa, Competências e Circuitos

- Listagens de Centros de custos da estrutura organizativa da RTP SGPS;
- Normativos Internos em vigor desde 2003 (comunicações, deliberações, despachos e ordens de serviço do CA), donde se destacam: (i) Despacho do CA, de 7 de Outubro de 2005, relativo às orientações para a elaboração do Orçamento da RTP SGPS para 2006; (ii) versão *draft* do documento “*Metodologia de seguimento do plano de actividades e das principais iniciativas*”, datado de Janeiro de 2006; e (iii) deliberação do CA, de 19 de Abril de 2006, sobre o projecto “*Fénix II*”;

- Exemplar de um documento mensal de controlo orçamental (óptica empresarial da RTP) relativo a Julho de 2006, preparado pelo Departamento de Controlo de Gestão e Reporting (DCGR).
- Organigrama do grupo RTP em vigor em 2006.

1.1.4 Documentação de Carácter Interno Relacionada com a Elaboração do Orçamento de Serviço Público

- Consulta da pasta que suporta a construção do PAOSP para 2006 preparada pelo DCGR;
- Consulta dos sistemas CPI Funções (Dados reais - Contabilidade Geral e Analítica) e AS400 (Dados reais - Contabilidade Geral e Analítica);
- Listagem analítica de Centros de Custo;
- Listagem analítica de Contas por Natureza e Empresa.

1.1.5 Relatório sobre o Cumprimento das Obrigações de Serviço Público para 2006 e Documentação Relacionada

- Relatório sobre o Cumprimento das Obrigações de Serviço Público (RCOSP) para 2006;
- Parecer do ROC sobre o RCOSP de 2006, datado de 6 de Junho de 2007;
- Relatório da Inspeção-Geral de Finanças (IGF) “RTP SGPS, SA – Auditoria às contas do serviço público – 2006”

1.2. Reuniões com os Serviços da RTP – Rádio e Televisão de Portugal, SA

Para a recolha de informações relativamente à elaboração do PAOSP para 2006 e tendo em conta a documentação suporte ainda disponível, foi de grande importância o contacto permanente com os serviços do DCGR e da Direcção de Património, Contabilidade e Finanças (DPCF).

II - TRABALHO DESENVOLVIDO

2.1 Etapas Fundamentais

O trabalho foi desenvolvido em duas etapas fundamentais: (i) revisão do sistema de informação analítica implementado na RTP SGPS para fazer face às obrigações

decorrentes dos CCSPTs, concretamente na orçamentação e controlo da respectiva execução; e (ii) verificação dos critérios definidos para imputar internamente os custos do serviço público de televisão da RTP SGPS.

2.2. Verificação dos Critérios de Imputação dos Custos do Serviço Público de Televisão

Verificando-se não existir, para 2006, tabelas de imputação dos custos e proveitos aos objectos de custeio do SPT ou matriz que estabeleça uma relação de imputação aos objectos de custeio por centro de custo da contabilidade analítica da RTP SGPS e respectivo critério de imputação, a nossa análise nesta área incidiu quase exclusivamente: (i) na análise dos elementos disponíveis na pasta fornecida pelo DCGR que suporta a construção do PAOSP; e (ii) nos esclarecimentos adicionais prestados pelo DCGR e pela DPCF.

III – PRINCIPAIS CONCLUSÕES

3.1 Sistema de Produção de Informação Analítica

3.1.1 Limitações (Orçamentação e Execução Orçamental)

Por motivos que não foram possíveis de apurar, a base de dados do Orçamento não se encontra disponível na RTP – Rádio e Televisão de Portugal, SA, não sendo possível a sua reposição. Em consequência da inexistência do Orçamento no Sistema de Informação para Gestão (SIG), não é igualmente possível obter a análise da execução orçamental, por via da integração do Orçamento com os dados reais provenientes da contabilidade analítica e geral.

Em consequência da situação anterior ou por inexistência, confirmada pela RTP SGPS, de arquivo da documentação em papel, não existe, igualmente:

- Evidência dos orçamentos das direcções (“gestores”) responsáveis pelo processo de orçamentação integrado no SIG, não se encontrando disponível documentação em papel deste processo de orçamentação;
- Possibilidade de estabelecer uma relação directa entre os valores que foram orçamentados por cada Direcção da RTP SGPS e os valores que foram efectivamente aprovados;

- Evidência sistematizada dos ajustamentos entre o Orçamento e o PAOSP;
- Memória descritiva do processo de construção do PAOSP.

Desta forma, o nosso trabalho foi limitado à análise da pasta fornecida pelo DCGR que suporta a construção do PAOSP para 2006, com especial atenção aos quadros, extractos analíticos, comentários explicativos e outros detalhes e suportes nela constantes.

Estas situações constituem limitações significativas à nossa análise do sistema de produção de informação analítica da RTP SGPS para o Orçamento e o PAOSP, não sendo assim possível recolher evidência que suporte adequadamente a preparação do PAOSP.

3.1.2 Não obstante as limitações descritas no parágrafo anterior, da documentação analisada e das informações recolhidas, verificámos que o sistema de acompanhamento da execução orçamental em vigor em 2006 não tinha como objectivo ou procedimento específico a verificação do cumprimento das metas qualitativas e quantitativas do PAOSP.

3.2 Critérios e Regras de Imputação dos Custos

3.2.1 Da análise efectuada aos elementos disponíveis na pasta fornecida pelo DCGR que suporta a construção do PAOSP e de acordo com a informação prestada pela RTP – Rádio e Televisão de Portugal, SA, não existe para 2006 qualquer tabela de imputação dos custos e proveitos aos objectos de custeio, sendo os custos imputados aos objectos de custeio através de uma metodologia *ad-hoc* com recurso à contabilidade analítica da RTP SGPS (estruturada numa filosofia empresarial de centros de custos e não numa filosofia do SPT) e mediante a qual os custos de exploração do canal generalista são apurados por diferença, após o apuramento dos custos de exploração dos outros serviços de programas e de outros serviços específicos. Não existe igualmente uma matriz que estabeleça uma relação de imputação aos objectos de custeio por centro de custo da contabilidade analítica da RTP SGPS e respectivo critério de imputação. Estas situações confirmam a inexistência, no custeio do SPT da RTP SGPS, de uma metodologia estruturada de custeio. Neste âmbito, chamamos a atenção para o n.º 5 do artigo 5.º da Decisão da Comissão (2005/842/CE), de 28 de Novembro, relativa à aplicação do n.º 2 do artigo 86.º do Tratado CE aos auxílios estatais sob a forma de compensação de serviço público concedidos a certas empresas encarregadas da gestão de serviços de interesse económico geral que estabelece que “*Quando a empresa (*) desenvolve simultaneamente actividades abrangidas e não abrangidas pelo âmbito dos serviços de interesse económico geral, a sua contabilidade interna deve apresentar, separadamente, os custos*

e as receitas relativos ao serviço de interesse económico geral e os relativos aos outros serviços, bem como os parâmetros de afectação dos custos e receitas”, situação que, para 2006, não se verifica na RTP SGPS.

3.2.2 A informação analítica disponível na RTP SGPS não permite uma repartição dos custos directos das Emissões Internacionais entre a RTP África e a RTP Internacional, situação limitativa do grau de qualidade e profundidade da informação financeira dos objectos de custeio do SPT.

**RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO
PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL,
SGPS, SA**

RELATÓRIO TÉCNICO DETALHADO

**FASE II
REVISÃO DO PLANO DE ACTIVIDADES
E ORÇAMENTO DO SERVIÇO PÚBLICO**

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

RELATÓRIO TÉCNICO DETALHADO

FASE II – REVISÃO DO PLANO DE ACTIVIDADES E ORÇAMENTO DO SERVIÇO PÚBLICO

ÍNDICE

INTRODUÇÃO

I – FONTES DE INFORMAÇÃO

1.1 Documentação Analisada

1.2 Reuniões com os Serviços da RTP – Rádio e Televisão de Portugal, SA

II – TRABALHO DESENVOLVIDO

III – PRINCIPAIS CONCLUSÕES

ANEXOS

ANEXO 1.1 – Sequência dos Documentos Oficiais Entregues pela RTP SGPS e à RTP SGPS, Relativamente ao PAOSP e ao Contrato de Concessão Geral de serviço Público de Televisão e respectivo Aditamento

ANEXO 1.2 – Sequência dos Documentos Oficiais Entregues pela RTP SGPS e à RTP SGPS, Relativamente ao PAOSP e ao Contrato de Concessão Especial de serviço Público de Televisão

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

RELATÓRIO TÉCNICO DETALHADO

FASE II – REVISÃO DO PLANO DE ACTIVIDADES E ORÇAMENTO DO SERVIÇO PÚBLICO

I – FONTES DE INFORMAÇÃO

1.1 Documentação Analisada

1.1.1 Documentação Contratual

- Contrato de Concessão Geral de Serviço Público de Televisão (CCgSPT) celebrado em 22 de Setembro de 2003 entre o Estado Português e a Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, SA (RTP SGPS);
- Aditamento ao CCgSPT celebrado em 22 de Setembro de 2003 entre o Estado Português e a RTP SGPS;
- Contrato de Concessão Especial de serviço Público de Televisão (CCeSPT) celebrado em 17 de Novembro de 2003 entre o Estado Português e a RTP SGPS;
- Acordo de Reestruturação Financeira (ARF) celebrado em 22 de Setembro de 2003 entre o Estado Português e a RTP SGPS.

1.1.2 Plano de Actividades e Orçamento do Serviço Público e Documentação Relacionada

- Plano de Actividades e Orçamento do Serviço Público da RTP SGPS para 2006;
- Pressupostos definidos pela Administração para a construção do Plano de Actividades e Orçamento do Serviço Público (PAOSP) para 2006;
- Parecer do Revisor Oficial de Contas (ROC) sobre o PAOSP para 2006;
- Parecer do Conselho de Opinião sobre o PAOSP para 2006;
- Cartas de acompanhamento do PAOSP e respectivos Pareceres do ROC e do Conselho de Opinião no envio às Entidades previstas nos CCSPTs e nos termos da Lei.

1.1.3 Documentação de Carácter Interno Relacionada com a Elaboração do Orçamento de Serviço Público

- Consulta da pasta que suporta a construção do PAOSP para 2006 preparada pela Direcção de Planeamento e Controlo de Gestão;
- Consulta dos sistemas CPI Funções (Dados reais - Contabilidade Geral e Analítica) e AS400 (Dados reais - Contabilidade Geral e Analítica);
- Listagem analítica de Centros de Custo;
- Listagem analítica de Contas por Natureza e Empresa;
- Despacho do Conselho de Administração (CA), com os princípios fundamentais para o Orçamento da RTP SGPS para 2006.

1.2 Reuniões com os Serviços da RTP – Rádio e Televisão de Portugal, SA

Para a recolha de informações relativamente à elaboração do PAOSP para 2006 e tendo em conta a documentação suporte ainda disponível, foi de grande importância o contacto permanente com os serviços do Departamento de Controlo de Gestão e Reporting (DCGR) e da Direcção de Património, Contabilidade e Finanças (DPCF).

II - TRABALHO DESENVOLVIDO

2.1 Verificação do Resultado por Objecto de Custeio (forma de cálculo da indemnização compensatória)

- Análise da pasta fornecida que suporta a construção do PAOSP para 2006, com especial atenção aos quadros, extractos analíticos, comentários explicativos e outros detalhes e suportes nela constantes;
- Consulta do sistema contabilístico (contabilidade geral e analítica);
- Reuniões com os serviços do Departamento de Controlo de Gestão e Reporting (DCGR) e da Direcção de Património, Contabilidade e Finanças (DPCF), nas quais foram esclarecidos alguns aspectos sobre a imputação de custos e proveitos aos diversos objectos de custeio.

2.2.1 Requisitos Qualitativos do CCgSPT

- Verificação da inclusão no PAOSP de todas as informações qualitativas exigidas no CCgSPT e no CCeSPT.

2.2.2 Aspectos Formais

- Verificação do cumprimento dos prazos e sujeição aos pareceres e autorizações oficiais, estipuladas no CCgSPT e no CCeSPT, conforme evidenciado nos Anexos 1.1 e 1.2.

III – PRINCIPAIS CONCLUSÕES

3.1 Verificação do Resultado por Objecto de Custeio

3.1.1 Por motivos que não foram possíveis de apurar, a base de dados do Orçamento que integra o Orçamento não se encontra disponível na RTP – Rádio e Televisão de Portugal, SA, não sendo possível a sua reposição. Esta situação constituiu uma limitação muito significativa à nossa análise do PAOSP, ao nível da análise: (i) do resultado por objecto de custeio (forma de cálculo da indemnização compensatória); (ii) PAOSP *versus* Orçamentos e Planos de Actividades das diversas Direcções; (iii) PAOSP *versus* Orçamento; e (iv) dos próprios desvios entre o orçamento e o real. Desta forma, o nosso trabalho foi limitado à análise da pasta fornecida pelo DCGR que suporta a construção do PAOSP para 2006, com especial atenção aos quadros, extractos analíticos, comentários explicativos e outros detalhes e suportes nela constantes. Não se encontrava disponível qualquer sistematização dos ajustamentos entre o Orçamento e o PAOSP.

3.1.2 Da análise efectuada aos elementos disponíveis na pasta fornecida pelo DCGR que suporta a construção do PAOSP e de acordo com a informação prestada pela RTP – Rádio e Televisão de Portugal, SA, não existe para 2006 qualquer tabela de imputação dos custos e proveitos aos objectos de custeio, sendo os custos imputados aos objectos de custeio através de uma metodologia *ad-hoc* com recurso à contabilidade analítica da RTP SGPS (estruturada numa filosofia empresarial de centros de custos e não numa filosofia do SPT) e mediante a qual os custos de exploração do canal generalista são apurados por diferença, após o apuramento dos custos de exploração dos outros serviços de programas e de outros serviços específicos. Não existe igualmente uma matriz que estabeleça uma relação de imputação aos objectos de custeio por centro de custo da contabilidade analítica da RTP SGPS e respectivo critério de imputação. Estas situações confirmam a inexistência, no custeio do SPT da RTP SGPS, de uma metodologia estruturada de custeio.

3.1.3 O PAOSP não inclui quadros discriminativos das componentes dos custos de exploração da RTP 1, à semelhança dos quadros para os outros canais (quadros 7 - Custos de Exploração da RTP N; 7 A - Custos de Exploração da RTP Memória; 8 - Custos de Exploração do Canal A2, etc.), situação limitativa do grau de qualidade e profundidade da informação financeira dos objectos de custeio do SPT.

3.1.4 No PAOSP não estão estimados e repartidos os custos comuns, os quais são apurados apenas no RCOSP e imputados aos objectos de custeio de acordo com os seguintes critérios: Televisão 80%; Rádio 20%; e, dentro da Televisão: RTP 1, 55%; A2, 20%; RTP Internacional, RTP África, RTP Açores, RTP Madeira e Outros, 5% cada. Esta situação é limitativa da análise e utilidade do próprio PAOSP.

3.1.5 Os custos de exploração da A2 e Emissões Internacionais não apresentam, no PAOSP, a mesma estrutura que no RCOSP, nomeadamente, no que se refere aos custos da Direcção de Informação que no RCOSP são alocados tendo em conta o critério: RTP 1, 65%; A2, 25%; e Emissões Internacionais, 10%. Esta situação é limitativa da análise e utilidade do próprio PAOSP.

3.1.6 A RTP SGPS considerou no PAOSP, no objecto de custeio “Reestruturação/outros”, o montante de 6 300 milhares de euros relativo a despesas com pensões e indemnizações, o que não se enquadra no conceito de custo previsto no CCgSPT.

3.1.7 A RTP SGPS considerou no PAOSP, no objecto de custeio “Arquivo”, o investimento de 8 438 milhares de euros na recuperação e digitalização do arquivo audiovisual, o que não se enquadra no conceito de custo de exploração do Arquivo audiovisual previsto no CCgSPT.

3.1.8 Os proveitos do SPT encontram-se sobreavaliados em 124 milhares de euros correspondentes à contribuição estimada do Governo Regional dos Açores que foi considerada, em duplicado, na RTP Açores, enquanto proveito público e enquanto proveito directo.

3.1.9 A informação analítica disponível na RTP SGPS não permite uma repartição dos custos directos das Emissões internacionais entre a RTP África e a RTP Internacional, situação limitativa do grau de qualidade e profundidade da informação financeira dos objectos de custeio do SPT.

3.2 Requisitos Qualitativos do CCgSPT

3.2.1 A estrutura e forma de relato do PAOSP segue uma óptica de exposição descritiva das actividades de serviço público, incluindo uma declaração de que todas as actividades serão implementadas com “*estrito cumprimento*” dos CCSPTs. Este plano descritivo de actividades não apresenta, assim, qualquer remissão ou enquadramento explícito para a estrutura das obrigações de serviço público constantes nos CCSPTs. Desta forma, a informação qualitativa integrada no PAOSP não cobre, de forma sistemática, os requisitos de ordem qualitativa das obrigações gerais, de programação e da prestação de serviços específicos constantes no CCgSPT e no CCeSPT.

3.3 Parecer do Conselho de Opinião sobre o PAOSP

3.3.1 O Conselho de Opinião apresenta no seu Parecer sobre o PAOSP as seguintes considerações/sugestões (entre outras): (i) alteração do modelo de apresentação do PAOSP, uma vez que o “*modelo actual não permite apreciar em conformidade*”; e (ii) que sejam proporcionados estudos e criados critérios de análise qualitativa e quantitativa de programação. Este Parecer não inclui uma opinião de aprovação ou de reprovação do PAOSP.

3.4 Aspectos Formais

3.4.1 Não fomos habilitados com qualquer evidência sobre o cumprimento do disposto na alínea j) do artigo 9º dos Estatutos da RTP SGPS (Lei nº 2/2006, de 14 de Fevereiro), que prevê a aprovação por parte da Assembleia Geral de um plano anual de actividades e de planos de investimento, documentos dos quais o PAOSP seria parte integrante.

3.4.2 O PAOSP para 2006 foi submetido ao Ministro das Finanças e ao Membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social com atraso de sete dias em relação à data - limite de 31 de Outubro de 2005 estipulada de acordo com o disposto no número 1 da cláusula 16.ª do CCgSPT e no número 1 da cláusula 10.ª do CCeSPT.

3.4.3 O Parecer do ROC sobre o PAOSP foi submetido ao Ministro das Finanças e ao Membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social com atraso de cinquenta dias em relação à data - limite de 31 de Outubro de 2005 estipulada de acordo com o disposto no número 1 da cláusula 16.ª do CCgSPT e no número 1 da cláusula 10.ª do CCeSPT.

3.4.4 O Parecer do Conselho de Opinião sobre o PAOSP foi submetido ao Ministro das Finanças e ao Membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social com atraso de trinta e sete dias em relação à data - limite de 31 de Outubro de 2005 estipulada de acordo com o disposto no número 1 da cláusula 16.^a do CCgSPT e no número 1 da cláusula 10.^a do CCEsPT.

3.4.5 De acordo com as informações e os elementos solicitados pela BDO e disponibilizados pela RTP SGPS, não foram emitidos os Pareceres do Conselho de Acompanhamento, exigíveis de acordo com o disposto no número 3 da cláusula 6.^a do CCEsPT, nem existem actas decorrentes das suas reuniões semestrais e/ou extraordinárias previstas no número 4 da cláusula 6.^a do mesmo Contrato.

3.4.6 De acordo com as informações e os elementos solicitados pela BDO e disponibilizados pela RTP SGPS, não existe qualquer evidência da aprovação do PAOSP pelo Ministro das Finanças e pelo Membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social, conforme exigido pelo número 1 da cláusula 16.^a do CCgSPT e pelo número 1 da cláusula 10.^a do CCEsPT. A ausência de aprovação escrita é considerada pela RTP SGPS como uma aprovação tácita.

3.5 Outros Aspectos Identificados no PAOSP

3.5.1 Quadros previstos na sequência do PAOSP, mas não preparados: 24 - Audiência mensal e 29 - Audiências por classe de espectador.

3.5.2 Quadros incluídos no RCOSP sem equivalente no PAOSP: 3A - Receitas da distribuição por cabo; 3A - Análise de outros proveitos; 30A - Proporcionalidade do modelo de financiamento; 31 - Análise da demonstração de resultados; e 32 - Evolução do Balanço.

3.5.3 Quadros que, por lapso, fazem referência ao exercício de 2004: 4 - Análise da exploração/óptica contrato de concessão; 5 - Análise de resultados do grupo/óptica financeira; 18 - Eficiência comercial e proporcionalidade da IC; e 19 - Comparação da função financeira com os proveitos de publicidade.

3.5.4 Inexistência de divulgação das fontes de informação dos dados: Quadro 23 - Audiência anual dos canais RTP; Quadro 25 - Audiência por faixa horária; e Quadro 28 - Audiência por classe de espectador/RTP1.

3.5.5 Inexistência de reconciliação entre a informação sobre o tempo de publicidade comercial: entre os Quadros 16 e 17.

3.5.6 No Quadro 17 - Audiência comercial/taxa de ocupação de espaço, não é descrita a legenda do asterisco apostro para os dados da "RTP", não esclarecendo se a "RTP" se refere exclusivamente à RTP1.

3.5.7 No Quadro 22 - Análise da produção/aquisição, a coluna "Total" das horas de exibição para cada um dos géneros (com exceção de "Institucionais" e de "Informação diária") não corresponde à soma das colunas "1ª passagem", "Reposição" e "Intercâmbio". Desta forma, o total de 57 641 horas das colunas "1ª passagem", "Reposição" e "Intercâmbio" difere em 695 horas do total de 56 946 horas na coluna "Total".

3.5.8 No quadro 22-A da RTP Memória: (i) a coluna "Repetição" soma por género 3 451 horas e não 2 805 horas (diferença de 646 horas); (ii) a coluna "Intercâmbio" soma por género 50 horas e não zero horas (diferença de 50 horas); e (iii) a coluna "Total" das horas de exibição para cada um dos géneros não corresponde à soma das colunas "1ª passagem", "Reposição" e "Intercâmbio". Desta forma, o total de 8 500 horas das colunas "1ª passagem", "Reposição" e "Intercâmbio" difere em 695 horas do total de 7 804 horas na coluna "Total".

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

RELATÓRIO TÉCNICO DETALHADO

FASE II – REVISÃO DO PLANO DE ACTIVIDADES E ORÇAMENTO DO SERVIÇO PÚBLICO

ANEXO 1.1

Sequência dos Documentos Oficiais Entregues pela RTP SGPS e à RTP SGPS, Relativamente ao PAOSP e ao Contrato de Concessão Geral de serviço Público de Televisão e respectivo Aditamento

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

RELATÓRIO TÉCNICO DETALHADO

FASE II – REVISÃO DO PLANO DE ACTIVIDADES E ORÇAMENTO DO SERVIÇO PÚBLICO

ANEXO 1.2

Sequência dos Documentos Oficiais Entregues pela RTP SGPS e à RTP SGPS, Relativamente ao PAOSP e ao Contrato de Concessão Especial de serviço Público de Televisão

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE II – Revisão do Plano de Actividades e Orçamento do Serviço Público

ANEXO 1.1 – Sequência dos Documentos Oficiais Entregues pela RTP SGPS e à RTP SGPS, Relativamente ao PAOSP e ao CCgSPT e Respectivo Aditamento

CCgSPT e respectivo Aditamento			Real		Indemniz. Compens.
Clª	Requisito	Data	Facto	Data	
16ª nª1	Envio ao Ministro das Finanças e ao membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social para aprovação do Plano de Actividades e Orçamento de Serviço Público (PAOSP) para 2006 acompanhado de:	Até 31 OUT 05	Envio ao Ministro das Finanças e ao membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social (para aprovação) do PAOSP para 2006	(A) 07 NOV 05	
16ª nª1	(i) Parecer do Revisor Oficial de Contas	Até 31 OUT 05	Envio ao Ministro das Finanças e ao membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social do Parecer do Revisor Oficial de Contas sobre o PAOSP para 2006	(B) 20 DEZ 05	
16ª nª1	(ii) Parecer do Conselho de Opinião	Até 31 OUT 05	Parecer do Conselho de Opinião	(C) 07 DEZ 05	
16ª nª1	Aprovação pelo Ministro das Finanças e pelo membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social do PAOSP para 2006	N/A	Aprovação pelo Ministro das Finanças e pelo membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social do PAOSP para 2006	(D)	
17ª	Entrega de Indemnização Compensatória pela Direcção Geral do Tesouro:				
17ª nª1	(i) Pagamentos mensais até ao dia 15 de cada mês correspondentes a um doze avos do valor fixado para o respectivo ano		1) Janeiro e Fevereiro 2006	17 MAR 06	25 007
			2) Março e Abril 2006	03 MAI 06	25 007
			3) Maio 2006	01 JUN 06	12 506
			4) Junho 2006	20 JUN 06	12 506
			5) Julho 2006	18 JUL 06	12 500
			6) Agosto 2006	19 SET 06	12 500
			7) Setembro e Outubro 2006	24 NOV 06	25 007
			8) Novembro e Dezembro 2006	18 DEZ 06	25 007
		Total 2006		(*) 150 040	

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE II – Revisão do Plano de Actividades e Orçamento do Serviço Público

ANEXO 1.1 – Sequência dos Documentos Oficiais Entregues pela RTP SGPS e à RTP SGPS, Relativamente ao PAOSP e ao CCgSPT e Respetivo Aditamento

CCgSPT e respectivo Aditamento			Real		Indemniz. Compens.
CPª	Requisito	Data	Facto	Data	
			(*) Montante de 124 000 milhares de euros fixado no Aditamento ao CCgSPT, acrescido de IVA (21%)		
18ª nº1	Envio ao Ministro das Finanças e ao membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social do Relatório, Balanço e Contas acompanhado de:	Até 31 MAI 07	Envio ao Ministro das Finanças e ao membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social do Relatório, Balanço e Contas 2006	04 MAI 07	
18ª nº2	(i) Relatório do Cumprimento das Obrigações do Serviço Público para 2006 (RCOSP)	Até 31 MAI 07	Envio ao Ministro das Finanças e ao membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social do RCOSP para 2006	30 MAI 07	
18ª nº3	(ii) Parecer do Revisor Oficial de Contas	Até 31 MAI 07	Envio ao Ministro das Finanças e ao membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social do Parecer do Revisor Oficial de Contas	08 JUN 07	
22ª nº2	Relatório da IGF sobre o RCOSP para 2006	N/A	Relatório da IGF sobre o RCOSP para 2006	19 MAR 08	
	Envio do Relatório da IGF sobre o RCOSP para 2006 à RTP	N/A	Envio do Relatório da IGF sobre o RCOSP para 2006 à RTP	06 JUN 08	

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE II – Revisão do Plano de Actividades e Orçamento do Serviço Público

ANEXO 1.1 – Sequência dos Documentos Oficiais Entregues pela RTP SGPS e à RTP SGPS, Relativamente ao PAOSP e ao CCgSPT e Respectivo Aditamento

(A) Atraso de sete dias em relação à data - limite de 31 de Outubro de 2005.

(B) Atraso de cinquenta dias em relação à data - limite de 31 de Outubro de 2005.

(C) Atraso de trinta e sete dias em relação à data - limite de 31 de Outubro de 2005.

(D) Não obtivemos evidência da aprovação do PAOSP para 2006 por parte do Ministro das Finanças e do Membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social.

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE II – Revisão do Plano de Actividades e Orçamento do Serviço Público

ANEXO 1.2 – Sequência dos Documentos Oficiais Entregues pela RTP SGPS e à RTP SGPS, Relativamente ao PAOSP e ao CCeSPT

CCeSPT			Real		Indemniz. Compens.
CPª	Requisito	Data	Facto	Data	
6ª nª3	Compete ao Conselho de Acompanhamento emitir:		Emissão pelo Conselho de Acompanhamento do:		
6ª nª3 a)	(i) Parecer sobre o plano de desenvolvimento do serviço de programas	N/A	(i) Parecer sobre o plano de desenvolvimento do serviço de programas	(A)	
6ª nª3 b)	(ii) Parecer sobre o PAOSP de 2006	ATÉ 15 OUT 05	(ii) Parecer sobre o PAOSP de 2006	(A)	
6ª nª3 c)	(iii) Parecer sobre as bases gerais de programação do serviço de programas	N/A	(iii) Parecer sobre as bases gerais de programação do serviço de programas	(A)	
6ª nª3 d)	(iv) Parecer e recomendações sobre os modelos e formas de relacionamento dos parceiros com o serviço de programas	N/A	(iv) Parecer e recomendações sobre os modelos e formas de relacionamento dos parceiros com o serviço de programas	(A)	
6ª nª3 e)	Compete ao Conselho de Acompanhamento eleger o respectivo Presidente e o Secretário Permanente, quando exista, e aprovar o seu regulamento de funcionamento	N/A	Compete ao Conselho de Acompanhamento eleger o respectivo Presidente e o Secretário Permanente, quando exista, e aprovar o seu regulamento de funcionamento	(A)	
10ª nª1	Envio ao Ministro das Finanças e ao membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social para aprovação do Plano de Actividades e Orçamento de Serviço Público para 2006 (PAOSP) acompanhado de:	Até 31OUT 05	Envio ao Ministro das Finanças e ao membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social (para aprovação) do PAOSP para 2006	07 NOV 05	
10ª nª1	(i) Parecer do Revisor Oficial de Contas	Até 31OUT 05	Envio ao Ministro das Finanças e ao membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social do Parecer do Revisor Oficial de Contas sobre o	20 DEZ 05	

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE II – Revisão do Plano de Actividades e Orçamento do Serviço Público

ANEXO 1.2 – Sequência dos Documentos Oficiais Entregues pela RTP SGPS e à RTP SGPS, Relativamente ao PAOSP e ao CCeSPT

CCeSPT			Real		Indemniz. Compens.
CPª	Requisito	Data	Facto	Data	
10ª nª1	(ii) Parecer do Conselho de Opinião	Até 31OUT 05	Parecer do Conselho de Opinião	(A) 07 DEZ 05	
10ª nª1	(iii) Parecer do Conselho de Acompanhamento	Até 31OUT 05	Parecer do Conselho de Acompanhamento	(B)	
	Aprovação pelo Ministro das Finanças e pelo membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social do PAOSP para 2006	N/A	Aprovação pelo Ministro das Finanças e pelo membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social do PAOSP para 2006	(C)	
11ª	Envio ao Ministro das Finanças e ao membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social do Relatório, Balanço e Contas 2006 acompanhado de:	Até 31 MAI 07	Envio ao Ministro das Finanças e ao membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social do Relatório, Balanço e Contas 2006	04 MAI 07	
11ª	(i) Relatório do Cumprimento do serviço público para 2006 (RCOSP)	Até 31 MAI 07	Envio ao Ministro das Finanças e ao membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social do RCOSP para 2006	30 MAI 07	
11ª	(ii) Parecer do Revisor Oficial de Contas	Até 31 MAI 07	Envio ao Ministro das Finanças e ao membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social do Parecer do Revisor Oficial de Contas	(D) 08 JUN 07	
13ª nª2	Relatório da IGF sobre o RCOSP para 2006	N/A	Relatório da IGF sobre o RCOSP para 2006	19 MAR 08	
	Envio do Relatório da IGF sobre o RCOSP para 2006 à RTP	N/A	Envio do Relatório da IGF sobre o RCOSP para 2006 à RTP	06 JUN 08	

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE II – Revisão do Plano de Actividades e Orçamento do Serviço Público

ANEXO 1.2 – Sequência dos Documentos Oficiais Entregues pela RTP SGPS e à RTP SGPS, Relativamente ao PAOSP e ao CCeSPT

(A) Atraso de trinta e sete dias em relação à data - limite de 31 de Outubro de 2005.

(B) Não obtivemos evidência dos Pareceres do Conselho de Acompanhamento.

(C) Não obtivemos evidência da aprovação do PAOSP para 2006 por parte do Ministro das Finanças e do Membro do Governo responsável pela área de Comunicação Social.

(D) Atraso de cinquenta dias em relação à data - limite de 31 de Outubro de 2005.

**RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO
PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL,
SGPS, SA**

RELATÓRIO TÉCNICO DETALHADO

**FASE III
REVISÃO LIMITADA DAS
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS**

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

RELATÓRIO TÉCNICO DETALHADO

FASE III – REVISÃO LIMITADA DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

ÍNDICE

I – FONTES DE INFORMAÇÃO

1.1 Documentação Analisada

1.2 Reuniões com os Serviços da RTP – Rádio e Televisão de Portugal, SA

II – TRABALHO DESENVOLVIDO

III – PRINCIPAIS CONCLUSÕES

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

RELATÓRIO TÉCNICO DETALHADO

FASE III – REVISÃO LIMITADA DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

I – FONTES DE INFORMAÇÃO

1.1. Documentação Analisada

1.1.1. Documentos de Prestação de Contas

- Relatórios e Contas referentes a 2006 e 2005, incluindo:
 - Relatórios do Conselho de Administração;
 - Balanços consolidados da Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, SA (RTP SGPS);
 - Balanços das empresas incluídas na consolidação:
 - ✓ RTP SGPS
 - ✓ Radiotelevisão Portuguesa – Serviço Público de Televisão, SA (RTP SPT)
 - ✓ RDP – Radiodifusão Portuguesa, SA (RDP)
 - ✓ RTP – Meios de Produção, SA (RTP MP);
 - Demonstrações Consolidadas dos Resultados;
 - Demonstrações dos Resultados das empresas incluídas na consolidação;
 - Demonstrações Consolidadas dos Fluxos de Caixa e respectivos Anexos;
 - Demonstrações dos Fluxos de Caixa e respectivos Anexos das empresas incluídas na consolidação;
 - Anexos às demonstrações financeiras consolidadas;
 - Anexos ao Balanço e à Demonstração dos Resultados das empresas incluídas na consolidação;
 - Relatórios e Pareceres do Fiscal Único sobre as demonstrações financeiras consolidadas;
 - Relatórios e Pareceres do Fiscal Único sobre as demonstrações financeiras das empresas incluídas na consolidação;

- Certificações Legais de Contas sobre as demonstrações financeiras consolidadas;
- Certificações Legais de Contas sobre as demonstrações financeiras das empresas incluídas na consolidação;
- Relatórios dos Auditores sobre as demonstrações financeiras consolidadas;
- Relatórios dos Auditores sobre as demonstrações financeiras das empresas incluídas na consolidação.

1.1.2. Plano de Actividades e Orçamento de Serviço Público

1.1.3. Documentação Contratual

- Contrato de Concessão Geral de Serviço Público de Televisão (CCgSPT) celebrado em 22 de Setembro de 2003 entre o Estado Português e a RTP SGPS;
- Aditamento ao CCgSPT celebrado em 22 de Setembro de 2003 entre o Estado Português e a RTP SGPS;
- Contrato de Concessão Especial de Serviço Público de Televisão (CCeSPT) celebrado em 17 de Novembro de 2003 entre o Estado Português e a RTP SGPS;
- Acordo de Reestruturação Financeira (ARF) celebrado em 22 de Setembro de 2003 entre o Estado Português e a RTP SGPS.

1.1.4. Relatório sobre o Cumprimento das Obrigações de Serviço Público (RCOSP) para 2006 e Documentação Relacionada

1.1.5. Relatório da Inspeção-Geral das Finanças (IGF) “RTP SGPS, SA – Auditoria às contas do serviço público – 2006”

II - TRABALHO DESENVOLVIDO

2.1. Breve análise dos Relatórios e Contas de 2005 e 2006.

2.2. Revisão dos Pareceres dos Auditores e das Certificações Legais de Contas referentes a 2005 e 2006 sobre as demonstrações financeiras consolidadas e sobre as demonstrações financeiras individuais das empresas incluídas na consolidação.

2.3. Análise detalhada das políticas contabilísticas e dos critérios de valorimetria evidenciados nos Relatórios e Contas sobre as demonstrações financeiras consolidadas e sobre as demonstrações financeiras individuais das empresas incluídas na consolidação.

2.4. Consideração do impacte nos custos do serviço público de televisão das reservas e ênfases contidos nos Pareceres e Certificações.

III – PRINCIPAIS CONCLUSÕES

3.1 Demonstrações Financeiras Consolidadas

3.1.1 Impossibilidade de Emitir Opinião sobre o Saldo em Dívidas a Instituições de Crédito e de Avaliar a Existência de Outras Responsabilidades

O Relatório dos Auditores sobre as demonstrações financeiras consolidadas da RTP SGPS de 2006 refere, como reserva por limitação, que não foi obtida a resposta do *EUROGREEN Limited*, referente ao pedido de confirmação de saldos e outras responsabilidades para com esta entidade financeira, não se tornando possível emitir opinião sobre o saldo com esta entidade de 160 milhões de euros, nem avaliar da existência de outras responsabilidades eventualmente não registadas. Os custos com juros suportados com as Dívidas a Instituições de Crédito (incluindo o saldo referido na reserva) não integram os custos do SPT. De facto, nos termos do Acordo de Reestruturação Financeira (ARF) e da Lei n.º 30/2003, de 22 de Agosto: (i) o financiamento do serviço da dívida da RTP SGPS deverá ser efectuado com o produto integral das receitas comerciais; e (ii) a Empresa Concessionária é impedida de contrair nova dívida sem autorização do Accionista. No caso do valor das receitas comerciais ultrapassar o montante estimado, a RTP SGPS obriga-se a aplicar o excedente na criação de um Fundo destinado ao cumprimento do serviço da dívida; no caso do valor das receitas comerciais ser inferior ao estimado, fica a RTP SGPS desde logo autorizada a contrair novos financiamentos pelo prazo de um ano, com vista a assegurar o cumprimento do serviço da dívida, obrigando-se simultaneamente a reduzir os custos de exploração do exercício imediato, por forma a garantir o seu reembolso.

3.1.2 Recomposição do Capital Próprio

A Certificação Legal das Contas refere, como ênfase, que o Balanço Consolidado apresenta capital próprio negativo, à data de 31 de Dezembro de 2006, verificando-se a insuficiência de capital prevista do artigo 35.º do Código das Sociedades Comerciais. Todavia, a garantia de continuidade das operações encontra-se suportada, designadamente, pelas medidas de saneamento financeiro incluídas no ARF. De acordo com as premissas do CCgSPT e com a Resolução n.º 1, de 7 de Dezembro de 1994, sobre “O Futuro do Serviço Público de Radiodifusão”, adoptada na 4ª Conferência Ministerial Europeia sobre a política da comunicação social, os Estados obrigam-se a manter e estabelecer um quadro de financiamento seguro e apropriado aos Radiodifusores de Serviço Público, garantindo-lhes os meios necessários à execução das suas missões.

3.1.3 Alteração do Objecto Social e Designação da RTP SGPS

A Certificação Legal das Contas refere, como ênfase, que a Lei n.º 8/2007, de 14 de Fevereiro, alterou o objecto social da RTP SGPS, que passou a denominar-se Rádio e Televisão de Portugal, SA (RTP SA), assumindo, a partir de 1 de Janeiro de 2007, a prestação de serviços públicos de rádio e de televisão que antes era desenvolvida pelas suas participadas: RDP e RTP SPT, respectivamente. Em consequência e também com reporte a 1 de Janeiro de 2007, a RTP SA incorporou aquelas participadas, bem como a RTP MP. Nestes termos, porque as referidas sociedades eram as únicas que, em conjunto com a RTP SGPS, integravam o perímetro de consolidação, deixará de haver lugar à apresentação de contas consolidadas.

3.1.4 Imobilizações Incorpóreas – Arquivo Histórico

De acordo com a nota 23.a) do Anexo ao Balanço e à Demonstração de Resultados Consolidados, o valor do arquivo histórico (121 503 milhares de euros) não é amortizado por estar prometida a sua alienação ao Estado pelo seu valor contabilístico. As despesas incorridas na digitalização deste arquivo (7 239 milhares de euros) estão acrescidas a este valor. A RTP SGPS considerou como custos do SPT um total de 2 962 milhares de euros relativos a custos capitalizados com o arquivo histórico.

3.1.5 Reconhecimento de Perdas e Ganhos Actuarias

De acordo com a nota 23.j) do Anexo ao Balanço e à Demonstração de Resultados Consolidados, as perdas actuarias relativas à mensuração de responsabilidades com complementos de reforma e cuidados de saúde, resultantes da alteração dos pressupostos actuarias, no montante total de 2 904 milhares de euros (pensões: 1 030 milhares de euros e cuidados médicos: 1 874 milhares de euros) foram reconhecidas na rubrica de Outros Custos e Perdas Extraordinários. Em termos de enquadramento no SPT, a RTP SGPS considerou no apuramento dos custos do SPT o montante de 5 108 milhares de euros relativos a pagamentos de pensões de reforma, cuidados médicos e indemnizações.

3.1.6 Realização de Capital Social

De acordo com a nota 50 do Anexo ao Balanço e à Demonstração de Resultados Consolidados, o aumento de capital social, no montante de 71 250 milhares de euros, foi integralmente subscrito pelo Estado Português, tendo sido parcialmente realizado durante o exercício de 2006, através de entradas em dinheiro no montante de 57 300 milhares de euros. No RCOSP, o montante das dotações de capital para efeitos de apuramento do financiamento público e consequente resultado de exploração do SPT ascende a 47 300 milhares de euros. Esta diferença no montante de 10 000 milhares de euros, foi considerada no RCOSP juntamente com os proveitos de publicidade para comparação entre o montante do serviço da dívida para cumprimento do limite fixado na cláusula 2.^a do ARF ao investimento.

3.1.7 Prazo de Concessão

De acordo com a nota 23.b) do Anexo ao Balanço e à Demonstração de Resultados Consolidados, as amortizações das imobilizações corpóreas são calculadas, em base duodecimal, sobre o valor do custo histórico ou reavaliado, pelo método das quotas constantes, de acordo com os critérios estabelecidos no Decreto Regulamentar n.º 2/90, de 12 de Janeiro, que traduzem, de forma razoável, a vida útil esperada para os referidos bens. Nos termos das cláusulas 3.^{as} dos CCSPTs, do n.º 1 do artigo 48.º e do n.º 2 do artigo 51.º, ambos da Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto, os prazos da concessão geral do SPT e da concessão especial do SPT são, respectivamente, de 16 anos e de 8 anos, contados a partir da entrada em vigor das respectivas Leis. Desta forma, as amortizações do exercício integradas no custo líquido do SPT incluem depreciações de bens com uma vida útil superior aos dos períodos de concessão.

3.2 Demonstrações Financeiras Individuais das Empresas Incluídas na Consolidação – RTP SGPS

3.2.1 Impossibilidade de Emitir Opinião sobre o Saldo em Dívidas a Instituições de Crédito e de Avaliar a Existência de Outras Responsabilidades

Vide parágrafo 3.1.1 anterior.

3.2.2 Desacordo quanto à Aplicação do Princípio da Especialização dos Exercícios

O Relatório dos Auditores sobre as demonstrações financeiras individuais da RTP SGPS de 2006 refere, como reserva por desacordo, que conforme referido no parágrafo n.º 8 do Relatório de Auditoria relativo ao exercício anterior, em resultado da análise efectuada à aplicação do princípio da especialização e dos ajustamentos de dívidas a receber, os custos do exercício apresentavam-se insuficientes em cerca de 1 111 milhares de euros, tendo sido registados no presente exercício, pelo que os resultados do exercício encontram-se subvalorizados no valor referido, em detrimento de resultados transitados. Atendendo a que aqueles custos são integralmente considerados nos custos do SPT de 2006, também os custos do SPT se encontram sobreavaliados em cerca de 1 111 milhares de euros.

3.2.3 Desacordo quanto à Alteração de Política Contabilística de Reconhecimento do Apoio ao ICAM

O Relatório dos Auditores sobre as demonstrações financeiras individuais da RTP SGPS de 2006 refere, como reserva por desacordo, que em 2006 foi alterada a política contabilística de reconhecimento do apoio ao Instituto do Cinema, Audiovisual e Multimédia (ICAM) pela RTP SPT, devido à assinatura do novo protocolo em 2007 entre essa entidade e aquela subsidiária. Em consequência da aplicação do método da equivalência patrimonial nas contas da RTP SGPS, caso não tivesse existido essa alteração de política, os custos do exercício seriam reduzidos em cerca de 1 500 milhares de euros. Atendendo a que aqueles custos são integralmente considerados nos custos do SPT de 2006, também os custos do SPT se encontram sobreavaliados em cerca de 1 500 milhares de euros.

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 1.1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DO CCgSPT E ADITAMENTO

Nº	Denominação / Descrição	Lei da Televisão Lei nº 32/2003		Financiamento e Reestruturação Lei nº 30/2003 e DL nº 169-A/2005;			Legislação Comunitária		Constituição da República Portuguesa	
		Artigos	Tipo de Referência	Leis	Artigos	Tipo de Referência	Diplomas	Tipo de Referência	Artigos	Tipo de Referência
Considerandos (parágrafo 1 a 5 e 15 a 16)	Financiamento e papel do Estado	Artº 52º	Indirecta	Lei nº 30/2003	Artº 1º, nºs 1, 5 e 6; Artº 2º, nºs 1 e 2	Indirecta	Directiva nº 80/723/CEE da Comissão, de 25 de Junho, considerandos	Indirecta	Artº 38º, nº5	Indirecta
Considerandos (parágrafo 6 a 14)	Referenciais de programação	Artº 47º	Indirecta	-	-	-	-	-	Artº 38º, nº 4 e 6; Artº 26º, nºs 1 e 2	Indirecta
Considerando (parágrafo 17)	Concessão geral do serviço público de televisão	Artº 48º	Directa	Lei nº 6/2006	Artº 3º, nº 1	Indirecta	-	-	-	-
1º	Objecto									
1	Presente contrato regula a concessão geral de serviço público de televisão	Artº 48º nº1	Directa	Lei nº 6/2006	Artº 3º, nºs 1	Indirecta	-	-	-	-
2	Todos os deveres e Obrigações, gerais e de serviços específicos, impostos à 2ºOutorgante, são igualmente aplicáveis às sociedades por elas participadas, directa ou indirectamente, a quem nos termos da Lei ou contrato caiba a exploração dos serviços de programas que integram a missão de serviço público de televisão	Artº 48º nº5	Indirecta	Lei nº 6/2006	Artº 3º, nº1	Indirecta	-	-	-	-
2º	Âmbito									
1	Concessão geral de serviço público de televisão - serviços de programas de acesso não condicionado	Artº 48º nº2	Directa	Lei nº 6/2006	Artº 3º, nº1	Indirecta	-	-	-	-
2	Cumprimento das Obrigações legal e contratualmente estabelecidas, designadamente em matéria de inovação tecnológica, CgSPT integra ainda serviços de programas que tenham por objecto a divulgação do acervo documental proveniente dos arquivos da Radiotelevisão Portuguesa, SA, e a divulgação de temas com interesse para regiões e comunidades locais específicas	Artº 48º nº3	Indirecta	Lei nº 6/2006	Artº 3º, nº1	Indirecta	-	-	-	-
3	Concessão geral de serviço público de televisão - região Autónoma dos Açores e da Madeira	Artº 48º nº4	Indirecta	Lei nº 6/2006	Artº 3º, nº1	Indirecta	-	-	-	-
3º	Prazo									
	Prazo de Concessão: 16anos	Artº 48º nº1	Directa	Lei nº 6/2006	Artº 3º, nº1	Indirecta	-	-	-	-
4º	Exercício da concessão									
1	Os serviços de programas referidos no número um e na alínea a) do nº2 da cláusula 2ª serão explorados pela Radiotelevisão Portuguesa - Serviço Público de Televisão, SA	Artº 49º nº1	Indirecta	Lei nº 6/2006	Anexo II, Artº 3º, nº1	Indirecta	-	-	-	-
2	Os serviços de programas referidos no número 3 da cláusula 2ª serão explorados, em cada região autónoma, por uma sociedade para esse fim específico, cujo capital será maioritariamente detido pela respectiva região e pela Concessionária	Artº 50 nºs 1 e 3	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-
3	Os estatutos das sociedades constituídas para efeitos do número anterior deverão atribuir à 2ºOutorgante os poderes necessários para garantir o cumprimento das missões de serviço público e o controle financeiro da sua execução	Artº 50 nº4	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 1.1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DO CCgSPT E ADITAMENTO

Nº	Denominação / Descrição	Lei da Televisão		Financiamento e Reestruturação			Legislação Comunitária		Constituição da República Portuguesa	
		Lei nº 32/2003		Lei nº 30/2003 e DL nº 169-A/2005;			Diplomas	Tipo de Referência	Artigos	Tipo de Referência
Artigos	Tipo de Referência	Leis	Artigos	Tipo de Referência						
4	Os termos e condições de exploração, dos serviços de programas referidos no nº2, bem como as obrigações específicas que lhes sejam cometidas, deverão ser objecto de prévia aprovação do Ministro das Finanças e do Membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	Até a constituição das sociedades referidas no nº2 os serviços dos programas respectivos serão segurados pela Radiotelevisão Portuguesa - Serviço público de Televisão, SÃ	Art. 50 nº2	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-
5º	Obrigações gerais da concessão									
1	A Concessionária deve assegurar uma programação de qualidade, equilibrada e diversificada que contribua para a formação cultural e cívica dos telespectadores, promovendo o pluralismo político, religioso, social e cultural, e o acesso de todos os telespectadores à informação, à cultura, à educação e ao entretenimento de qualidade	Art. 47º, nº1	Indirecta	-	-	-	-	-	art. 43º, nº1	Indirecta
2	Aos operadores referidos no numero anterior incumbe, designadamente:									
a)	Fornecer uma programação pluralista e que tenha em conta os interesses das minorias e a promoção da diversidade cultural	Artº 10º, nº1, alíneas c) e d); Art. 47º, nº2, alínea a)	Indirecta	-	-	-	-	-	art. 37º; art. 38º; art. 41º; art. 42º	Indirecta
b)	Proporcionar uma informação rigorosa, independente e pluralista	Artº 10º, nº1, alíneas b) e c); Artº 30º, nº2, alínea d); Artº 46º; Art. 47º, nº2, alínea b)	Indirecta	-	-	-	-	-	art. 37º; art. 38º; art. 41º; art. 42º	Indirecta
c)	Garantir a cobertura noticiosa dos principais acontecimentos nacionais e internacionais	Art. 47, nº2, alínea c)	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-
d)	Garantir a produção e transmissão de programas destinados ao publico jovem e infantil, educativos e de entretenimento, contribuindo para a sua formação	Art. 47º, nº2, alínea d)	Indirecta	-	-	-	Directiva nº 89/552/CEE do Conselho de 3 de Outubro, considerandos e artº 22º nº 1	Indirecta	-	-
e)	Emitir programas destinados especialmente aos portugueses residentes fora de Portugal e aos nacionais de países de língua oficial portuguesa, igualmente residentes fora de Portugal	Art. 47º, nº2, alínea e)	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-
f)	Promover a possibilidade de acompanhamento das emissões por pessoas surdas ou com deficiência prevista na lei, designadamente de modo a garantir que essa possibilidade, incluindo conteúdos de informação, é, pelo menos, igual à cumprida pelo conjunto dos operadores privados generalistas	Art. 47º, nº2, alínea f)	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-
g)	Apoiar a produção nacional, no respeito pelos compromissos internacionais a que se refere o disposto na alínea a) do número dois da cláusula 6ª e que vinculam o Estado Português, nomeadamente em matéria de co-produção com outros países, em especial europeus e da Comunidade de Língua Portuguesa	Art. 47º, nº2, alínea g)	Indirecta	-	-	-	-	-	art. 42º	Indirecta
h)	Garantir o exercício dos direitos de antena, de resposta e de réplica política nos termos constitucional e legalmente previstos	Art. 47º, nº2, alínea h); Artº 30º, nº2, alíneas a) e c)	Indirecta	-	-	-	Directiva 89/552/CEE do Conselho de 3 Outubro, art. 23º, nºs 1 e 2	Indirecta	art. 39º, nº1; Artº 40º	Indirecta

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 1.1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DO CCgSPT E ADITAMENTO

Nº	Denominação / Descrição	Lei da Televisão		Financiamento e Reestruturação			Legislação Comunitária		Constituição da República Portuguesa	
		Artigos	Tipo de Referência	Leis	Artigos	Tipo de Referência	Diplomas	Tipo de Referência	Artigos	Tipo de Referência
	i) Emitir as mensagens cuja difusão seja solicitada pelo Presidente da República ou pelo Primeiro-Ministro	Artº 26º, nº1; Artº 47º, nº2, alínea i)	Indirecta	-	-	-	-	-	Artº 39º, nº1; Artº 40º	Indirecta
	j) Ceder tempo à Administração Pública, com vista à divulgação de informações de interesse geral, nomeadamente em matéria de saúde e segurança públicas	Artº 47º, nº2, alínea j)	Indirecta	-	-	-	-	-	Artº 39º, nº1; Artº 40º	Indirecta
6º	Obrigações da programação de serviço público									
1	Cumprimento em particular das seguintes programações:									
a)	Contrariar tendência para a uniformização e massificação da oferta televisiva, proporcionando programas não directamente ditados pelos objectivos da exploração comercial	-	-	-	-	-	-	-	-	-
b)	Manter referenciais de qualidade, numa programação diversificada -cultural, educativa, documental, informativa e recreativa	Artº 47º, nº1	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-
c)	Promover a divulgação do cinema, do teatro, da música, da dança, da literatura e da pintura portuguesa	Artº 51º, nº1	Indirecta	-	-	-	-	-	Artº 42º	Indirecta
d)	Corresponder às aspirações dos diversos públicos específicos, sem qualquer forma de exclusão social, política, religiosa, étnica e sexual	Artº 30º, nº1; Artº 47º, nº2, alínea f)	Indirecta	-	-	-	Directiva nº 89/552/CEE do Conselho de 3 Outubro, artº 12º alíneas a), b) e c), e artº 22A	Indirecta	Artº 41º	Indirecta
e)	Procurar um equilíbrio de programação no sentido de corresponder aos usos, tradições e interesses das populações das diferentes regiões do País	Artº 10º, nº2; Artº 48º, nº3, alínea b)	Indirecta	Lei nº 6/2006	Artº 3º, nº1	Indirecta	-	-	-	-
f)	Proceder à divulgação do Desporto, amador e profissional	Artº 51º, nº1	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-
g)	Programação que contribua para a formação do gosto e estimule a criação artística	Artº 40º, nº 3	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-
h)	Produção e emissão de programas infantis e juvenis, educativos e de divertimento, a horas apropriadas de programação	Artº 30º, nº1; Artº 47º, nº2, alínea d)	Indirecta	-	-	-	Directiva nº 89/552/CEE do Conselho de 3 de Outubro, considerandos e artº 22º nº 1	Indirecta	-	-
i)	Apoiar a produção nacional e a co-produção com outros países, em especial da União Europeia e da Comunidade de Países de Língua Portuguesa, nomeadamente nos domínios da ficção e do documentário	Artº 47º, nº2, alíneas g)	Indirecta	-	-	-	Directiva nº 89/552/CEE do Conselho de 3 Outubro, artº 5º e artº 6º nº2 alínea c) e nº 4	Indirecta	-	-
j)	Equilíbrio entre a produção própria e a produção independente	Artº 42º	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-
k)	Proporcionar uma informação imparcial, rigorosa, independente, esclarecedora e pluralista, em oposição à informação - espectáculo ou sensacionalista	Artº 46º; Art. 47º, nº2, alínea b)	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-
l)	Ética de antena (recusa da violência gratuita, a exploração do sexo, ou que de qualquer modo, atente contra a dignidade devida à pessoa humana)	Artº 24º; Artº 30º, nº1	Indirecta	-	-	-	Directiva nº 89/552/CEE do Conselho de 3 Outubro, artº 12º alíneas a), b) e c), e artº 22ºA	Indirecta	Artº 26º, nºs 1 e 2	Indirecta
m)	Contribuir para a caracterização da identidade nacional e dos seus valores culturais, para a difusão da língua e o alargamento da solidariedade e cooperação com todos os povos da comunidade lusófona	Artº 48º, nº2, alínea b)	Indirecta	Lei nº 6/2006	Artº 3º, nº1	Indirecta	-	-	-	-
n)	Promover a cooperação com as entidades que, no espaço da União Europeia, prestem o Serviço Público de Televisão, tendo em vista, nomeadamente o intercâmbio de experiências e a produção de programas	-	-	-	-	-	Directiva nº 89/552/CEE do Conselho de 3 Outubro, artº 2ºA	Indirecta	-	-

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 1.1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DO CCgSPT E ADITAMENTO

Nº	Denominação / Descrição	Lei da Televisão		Financiamento e Reestruturação			Legislação Comunitária		Constituição da República Portuguesa		
		Lei nº 32/2003		Lei nº 30/2003 e DL nº 169-A/2005;			Diplomas	Tipo de Referência	Artigos	Tipo de Referência	
		Artigos	Tipo de Referência	Leis	Artigos	Tipo de Referência					
	o) Conformidade do exercício da actividade televisiva com as orientações definidas pelas instâncias internacionais competentes e, em particular, por aquelas que são vinculativas para o Estado português	Artº 47º, nº1; Artº 41º, nº3	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Obrigações especiais										
	a) Defesa da lingua portuguesa da produção europeia e da produção independente	Artº 40º; Artº 41º; Artº 42º	Directa	-	-	-	Directiva nº 89/552/CEE do Conselho de 3 Outubro, artº 5º	Indirecta	-	-	-
	b) Cumprir o dever de informação	Artº 45º	Directa	-	-	-	-	-	-	-	-
7º	Obrigações de prestação de serviços específicos										
	a) Manter Delegações ou correspondentes no território nacional ou no estrangeiro com vista a garantir uma cobertura tão completa quanto possível, dos principais acontecimentos nacionais e internacionais, e facultar, em momento posterior à sua emissão, aos operadores privados, mediante uma contrapartida financeira e a seu pedido, o acesso às imagens produzidas por essas Delegações e Correspondentes	-	-	Lei nº 6/2006	Anexo II, Artº 2º	Indirecta	-	-	-	-	-
	b) Emitir mensagens referidas no artº 26º e na alínea i) do nº2 do artº 47º da Lei nº32/2003	Artº 26º; Artº 47º, nº2, alínea i); Artº 30º, nº2, alínea b)	Directa	-	-	-	-	-	Artº 39º, nº1; Artº 40º	Indirecta	-
	c) Ceder tempo de emissão às confissões religiosas	Artº 51º, nº1	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-	-
	d) Garantir o exercício dos direitos de antena, de resposta e de rectificação e da réplica política	Artº 53º ao Artº 63º; Artº 30º, nº2, alíneas a) e c)	Directa	-	-	-	-	-	-	-	-
	e) Ceder tempo de emissão à Administração Pública com vista à divulgação de programas de interesse geral relativos à higiene, à saúde e à segurança pública ou outros semelhantes	Artº 47º, nº2, alínea j)	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-	-
	f) Manter, conservar e actualizar os Arquivos Audiovisuais nos termos da Cláusula 11ª	Artº 86º	Indirecta	-	-	-	Directiva 92/100/CEE, do Conselho, de 12 de Novembro; Directiva 93/98/CEE do Conselho, de 29 Outubro; Directiva 96/9/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 11 de Março	Indirecta	-	-	-
	g) Manter uma estrutura de apoio a acções de cooperação nos termos da cláusula 12ª	Artº 40º, nº4; Artº 47º, nº2, alínea g)	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-	-
	h) Apoiar e promover o cinema Português e outras formas de expressão artística nacional desde que susceptíveis de transmissão televisiva	Artº 51º, nº1	Indirecta	-	-	-	-	-	Artº 42º	Indirecta	-
	i) Prestar outros serviços específicos, estabelecidos ou a estabelecer, ao abrigo de protocolos celebrados entre a Administração Pública e a Concessionária	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8º	Obrigações quanto à produção interna										
1	A concessionária manterá, directa ou indirectamente, em actividade, centros de produção de modo a que seja também um referencial no que toca a custos de programação audiovisuais, prazos de entrega e condições de trabalho dos artistas e técnicos que os fazem	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 1.1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DO CCgSPT E ADITAMENTO

Nº	Denominação / Descrição	Lei da Televisão		Financiamento e Reestruturação			Legislação Comunitária		Constituição da República Portuguesa		
		Lei nº 32/2003		Lei nº 30/2003 e DL nº 169-A/2005;			Diplomas	Tipo de Referência	Artigos	Tipo de Referência	
		Artigos	Tipo de Referência	Leis	Artigos	Tipo de Referência					
2	Produção interna deverá participar no cumprimento das obrigações referentes à produção de programas de ficção e documentários	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9º Obrigações de cobertura do território nacional											
	Constitui obrigação da Concessionária assegurar, junto da entidade responsável pela difusão do sinal, progressivamente, a integral cobertura do território nacional	Artº 48º, nº2, alínea a)	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-	-
10º Obrigações quanto à inovação e desenvolvimento tecnológico											
	2ºOutorgante fica obrigada a introduzir nos seus equipamentos as inovações técnicas que resultem de obrigações específicas que lhe sejam cometidas, de recomendações ou de decisões das organizações internacionais das quais a 2ºOutorgante seja membro, designadamente da União Europeia de Rádio e Televisão - UER, e que contribuam para melhorar a eficácia e a qualidade do serviço público que presta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11º Arquivos Audiovisuais											
1, 2 e 3	A propriedade e funcionamento dos Arquivos Audiovisuais	Artº 86º; Artº 39º	Indirecta	-	-	-	Directiva 92/100/CEE, do Conselho, de 12 de Novembro; Directiva 93/98/CEE do Conselho, de 29 Outubro; Directiva 96/9/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 11 de Março	Indirecta	-	-	-
12º Cooperação											
1	Constitui, ainda, obrigação especial da 2ºOutorgante desenvolver a cooperação com os países lusófonos, designadamente a nível de informação e de produção de emissões internacionais susceptíveis de difusão nas redes terrestres daqueles Países	Artº 40º, nº4; Artº 47º, nº2, alínea g)	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-	-
2	O cumprimento da obrigação a que se refere o numero anterior pode efectuar-se mediante acordo com operadores privados de televisão, nos termos da lei	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
13º Publicidade											
1	2ºOutorgante apenas emitirá 6 minutos de publicidade comercial por cada hora de emissão	Artº 36º, nº4	Indirecta	-	-	-	Directiva nº 89/552/CEE do Conselho de 3 Outubro, artº18º nº2	Indirecta	-	-	-
2	Em periodo adicional não superior a 6 minutos poderá ser emitida publicidade institucional, relativa à promoção de produtos, serviços ou fins de interesse público ou cultural, que beneficiará de um desconto não inferior a 85% do preço e que será identificada como tal por dispositivo óptico ou acústico apropriado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
14º Compensação financeira do Estado											
1	1ºOutorgante obriga-se a atribuir à 2ºOutorgante, anualmente, uma compensação financeira que revestirá a forma jurídica de indemnização compensatória, destinada a financiar o cumprimento das referidas obrigações de serviço público	Artº 52º nº1	Indirecta	ARF Lei nº 30/2003	Ponto 3 Artº 1º, nºs 1 e 3	Indirecta Indirecta	Directiva nº 80/723/CEE da Comissão, de 25 de Junho, considerandos	Indirecta	-	-	-
2	Ao valor da indemnização acresce o IVA calculado à taxa que for fixada para o exercício orçamental a que respeite a indemnização compensatória	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Relativamente às obrigações de inovação e desenvolvimento tecnológico previstas na Cláusula 10ª vigorará o regime específico fixado na Cláusula 20ª	Artº 44º	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-	-
15º Determinação do valor da indemnização compensatória											

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 1.1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DO CCgSPT E ADITAMENTO

Nº	Denominação / Descrição	Lei da Televisão Lei nº 32/2003		Financiamento e Reestruturação Lei nº 30/2003 e DL nº 169-A/2005;			Legislação Comunitária		Constituição da República Portuguesa	
		Artigos	Tipo de Referência	Leis	Artigos	Tipo de Referência	Diplomas	Tipo de Referência	Artigos	Tipo de Referência
1	O valor da indemnização compensatória referida na cláusula anterior corresponderá aos montantes calculados com base em critérios e regras, e será fixado, em aditamento ao presente contrato	-	-	Lei nº 30/2003	Artº 2º, nº1	Indirecta	-	-	-	-
2	Alargamento da cobertura das emissões internacionais, das Delegações e Correspondentes e a inclusão de novas missões de serviço público, não exercidas pela concessionária à data de entrada em vigor do presente contrato e que nele não estejam previstas de forma expressa e explícita com os correspondentes acréscimos de encargos a título de indemnização compensatória, fica condicionado à aprovação prévia pelo Ministro das Finanças e pelo membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social, mediante proposta devidamente fundamentada a apresentar pelo 2ºOutorgante	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Os aditamentos ao presente contrato previstos no nº1 têm como referência quatro exercícios orçamentais e deverão ser negociados em tempo útil para inscrição orçamental das respectivas indemnizações compensatórias	-	-	-	-	-	-	-	-	-
16º	Plano de Actividades e Orçamento									
1	A 2ºOutorgante submeterá à aprovação do Ministro das Finanças e do membro do Governo responsável pela área de Comunicação Social, até ao dia 31 de Outubro de cada ano, o plano de actividades e orçamento relativos à prestação do serviço público no ano seguinte, acompanhadas pelo parecer do ROC e do Conselho de Opinião	-	-	Lei nº 6/2006	Anexo I, Artº22º, alínea a)	Indirecta	-	-	-	-
2	O plano deverá reflectir um elevado padrão de eficiência de gestão na prestação do serviço público, incorporar progressivamente ganhos de produtividade e respeitar as orientações de natureza empresarial e os referenciais macroeconómicos indicativos dimanados do Governo	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Para efeitos de avaliação dos ganhos de eficiência deverão constar dos documentos referidos nos números anteriores os indicadores de custo real por hora de emissão, a taxa de reposição, e o custo ponderado por quota de mercado	-	-	-	-	-	-	-	-	-
17º	Entrega da indemnização compensatória									
1	A indemnização compensatória será posta a disposição da 2ºOutorgante, através da Direcção-geral do Tesouro, em pagamentos mensais efectuados até ao dia 15 de cada mês correspondentes a um doze avos do valor fixado para o respectivo ano	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Enquanto não entrar a vigor a lei Orçamental, o pagamento da indemnização compensatória será efectuado com base no valor do duodécimo referente ao exercício anterior, tendo como limite o montante correspondente a um doze avos do valor fixado para o ano em curso	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Na situação prevista no nº2, no caso dos duodécimos referente ao exercício anterior ser inferior ao montante correspondente a um doze avos do valor da indemnização compensatória fixada para o ano em curso, a empresa será compensada pelo diferencial verificado após a entrada em vigor da Lei Orçamental	-	-	-	-	-	-	-	-	-
18º	Relatório									

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 1.1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DO CCgSPT E ADITAMENTO

Nº	Denominação / Descrição	Lei da Televisão		Financiamento e Reestruturação			Legislação Comunitária		Constituição da República Portuguesa	
		Lei nº 32/2003		Lei nº 30/2003 e DL nº 169-A/2005;			Diplomas	Tipo de Referência	Artigos	Tipo de Referência
Artigos	Tipo de Referência	Leis	Artigos	Tipo de Referência						
1	Até 31 de Maio de cada ano a 2ºOutorgante apresentará ao Ministro das Finanças e ao membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social o relatório, Balanço e Contas respeitante ao ano anterior	Artº 5º, nº2	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-
2	Na mesma data deverá igualmente ser submetido Relatório onde seja prestada circunstanciada informação sobre o cumprimento do orçamento e das obrigações de serviço público que lhe estão cometidas pela Lei e pelo presente contrato, incluindo o apuramento dos indicadores a que se refere o nº3 da cláusula 15ª, bem como dos critérios que permitam aferir a aplicação dos princípios da proporcionalidade e da transparência na aplicação na aplicação do disposto na Cláusula 15ª	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Os Relatórios referidos nos números anteriores serão obrigatoriamente acompanhados do parecer do ROC	-	-	-	-	-	-	-	-	-
19º	Revisão do acordo plurianual									
	O acordo a que se refere o nº1 da cláusula 15ª poderá ser objecto de revisão por acordo das partes quando se verificar em 2anos consecutivos desvios substanciais expressamente identificados na informação a que se refere a cláusula 18º entre os pressupostos que serviram de base ao acordo e as condições efectivas de prestação do serviço público de televisão	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20º	Investimento									
1	Sob proposta fundamentada e quantificada da 2ºOutorgante, o 1ºOutorgante participará nos investimentos a realizar por aquela, decorrentes de processos de renovação tecnológica ou que sejam exigidos por imposições de serviço público não previstas no presente contrato	Artº 44º	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-
2	Os investimentos a que se refere o número anterior deverão ser objecto de aprovação prévia pelo Ministro das Finanças e pelo membro do governo responsável pela área de Comunicação Social que definirão o modo da sua realização	-	-	-	-	-	-	-	-	-
21º	Indemnizações a terceiros									
	São da responsabilidade da concessionária todas as indemnizações que, nos termos da Lei, sejam devidas a terceiros em consequência de qualquer actividade decorrente da concessão	-	-	-	-	-	-	-	-	-
22º	Fiscalização									
1	A fiscalização e a verificação do cumprimento do presente contrato de concessão são da competência do Ministro das Finanças e do membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	No plano financeiro, a fiscalização referida no número anterior será exercida pela Inspeção Geral de Finanças	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	A 2ºOutorgante celebrará com a entidade referida anterior um Protocolo sujeito a aprovação dos membros do Governo referidos no nº1 identificando as obrigações de informação e os procedimentos de recolha e elaboração que permita à IGF o exercício eficaz da competência que lhe está atribuída no âmbito do presente contrato	-	-	-	-	-	-	-	-	-
23º	Auditoria Externa									

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 1.1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DO CCgSPT E ADITAMENTO

Nº	Denominação / Descrição	Lei da Televisão Lei nº 32/2003		Financiamento e Reestruturação Lei nº 30/2003 e DL nº 169-A/2005;			Legislação Comunitária		Constituição da República Portuguesa	
		Artigos	Tipo de Referência	Leis	Artigos	Tipo de Referência	Diplomas	Tipo de Referência	Artigos	Tipo de Referência
	Sem prejuízo do disposto nos artigos anteriores e das competências de fiscalização cometidas a outras entidades será efectuada uma auditoria externa anual, realizada por empresa especializada a indicar pela AACs, cujo custo será suportado pela Concessionária, que terá por objecto a verificação do cumprimento da missão do serviço público e a transparência e proporcionalidade dos fluxos financeiros a ele associados	Artº 52º, nº3	Indirecta	Lei nº 30/2003	Artº 2º, nº2	Indirecta	-	-	-	-
24º	Responsabilidade da concessionária pela execução das obrigações que lhe são impostas									
	A fim de se assegurar a execução dos deveres contratuais por parte da Concessionária de forma a acautelar a regularidade a continuidade da prestação de serviço público com eficaz tutela dos direitos do concedente é lícito ao 1ºOutorgante, no caso de incumprimento da Concessionária, aplicar sanções que, a graduar de acordo com a gravidade do incumprimento, poderão consistir em multas nos termos da cláusula seguinte	Artº 64º ao Artº 80º	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-
25º	Multas contratuais									
1	Pelo incumprimento das obrigações assumidas no âmbito do contrato de concessão poderá a concessionária ser punida com multa de 7500 Euros a 375000 Euros, segundo a sua gravidade, a qual será aferida em função dos riscos para a regularidade e continuidade da prestação do serviço público e dos prejuízos resultantes	Artº 69º; Artº 70º; Artº 71º	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-
2	Violação dos limites impostos na cláusula 13º à emissão de publicidade será punida com multa correspondente à receita indevidamente obtida acrescida de cinquenta por cento	Artº 70º, nº1, alínea a)	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-
3	É da competência conjunta do Ministro das Finanças e do membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social a aplicação das multas previstas na presente cláusula	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	A sanção aplicada será comunicada por escrito à Concessionária	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	Os limites das multas referidos no nº1 são actualizados anualmente de acordo com o índice de preços no consumidor no continente	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aditamento										
1º										
1	Montante total de indemnização compensatória anual a atribuir à Concessionária no período 2004 a 2007 encontra-se fixado no Anexo 1	-	-	ARF	Quadro Exploração Corrente-Ponto 1.1	Indirecta	-	-	-	-
2	Ao valor referido no número anterior acresce IVA à taxa fixada para o exercício orçamental a que respeita a Indemnização Compensatória	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	O valor fixado no número 1 tem em conta a atribuição a título de aumento de capital de um valor correspondente ao valor estimado das receitas publicitárias para o período em causa e bem assim uma correspondente a 50% do valor dos custos suportados pelos Canais Regionais	-	-	ARF	Quadro Exploração Corrente-Ponto 1.3	Indirecta	-	-	-	-

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 1.1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DO CCgSPT E ADITAMENTO

Nº	Denominação / Descrição	Lei da Televisão Lei nº 32/2003		Financiamento e Reestruturação Lei nº 30/2003 e DL nº 169-A/2005;			Legislação Comunitária		Constituição da República Portuguesa	
		Artigos	Tipo de Referência	Leis	Artigos	Tipo de Referência	Diplomas	Tipo de Referência	Artigos	Tipo de Referência
4	O valor da Indemnização compensatória não considera os custos do Canal objecto da Concessão Especial de Serviço Público cujo financiamento se presume efectuado com o valor da Contribuição Audiovisual não aplicado ao Serviço Público de Radiodifusão e as contribuições dos respectivos Parceiros	-	-	ARF	Ponto 1	Indirecta	-	-	-	-
2º	Constituem pressupostos do cálculo do valor atribuído ao serviço de programas generalista os seguintes:									
	a) A redução de publicidade comercial a 6 minutos por hora	-	-	ARF	Quadro Exploração Corrente-Ponto 1.4	Indirecta	-	-	-	-
	b) A avaliação do mercado publicitário dos canais generalistas de sinal aberto em cerca de 300 milhões de euros	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	c) A perda de cerca de 20% da quota de mercado natural do canal generalista, decorrente dos padrões de exigência de uma Televisão de Referência que constitua uma verdadeira alternativa de serviço público	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3º	O valor atribuído aos serviços específicos teve em conta a natureza marginal da imputação dos custos que visa cobrir e encontra-se discriminado no Anexo 1									
4º	A taxa de inflação média projectada para o período foi de 2,5%	-	-	ARF	Quadro Exploração Corrente-Ponto 1.1	Indirecta	-	-	-	-
5º	Sem prejuízo do disposto na cláusula 19º do Contrato de Concessão Geral de Serviço Público, e tendo em conta a profunda reestruturação por que passa o Grupo Radio e Televisão de Portugal, as Partes acordam, desde já, proceder a uma análise e eventual revisão extraordinária deste aditamento no prazo de um ano									

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 1.2 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DO CCeSPT

Nº	Denominação / Descrição	Lei da Televisão		Financiamento e Reestruturação			Legislação Comunitária		Constituição da República Portuguesa	
		Artigos	Tipo de Referência	Leis	Artigos	Tipo de Referência	Diplomas	Tipo de Referência	Artigos	Tipo de Referência
Considerando (parágrafo 1)	Concessão Especial de Serviço Público de Televisão	Artº 51º	Directa	Lei nº 6/2006	Artº 3º, nº1	Indirecta	-	-	-	-
Considerandos (parágrafos 2 e 3)	Referenciais de programação	Artº 47º; Artº 51º, nº1	Indirecta	Lei nº 6/2006	Artº 3º, nº1	Indirecta	-	-	Artº 37º	Indirecta
Considerando (parágrafo 4)	Este modelo deve ter a flexibilidade e capacidade de evolução que permita, findo o prazo da presente concessão, a sua atribuição a entidade que reflecta a diversidade da sociedade civil nos termos a definir por Lei	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Considerandos (parágrafo 5)	Regime de financiamento	Artº 52º, nº1	Indirecta	Lei nº 30/2003	Artº 1º, nºs 1 e 3	Indirecta	Directiva nº 80/723/CEE da Comissão, de 25 de Junho, considerandos	Indirecta	-	-
Considerando	Mecanismos de fiscalização	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1º	Objecto									
1	O presente contrato tem por objecto conferir á 2ºOutorgante e regular a concessão especial de Serviço Público de Televisão prevista no nº2 do artigo 51º da Lei nº32/2003, de 22 de Agosto	Artº 51º, nº2	Directa	Lei nº 6/2006	Artº 3º, nº1	Indirecta	-	-	-	-
2	Todos os deveres e obrigações, gerais e de serviços específicos são igualmente aplicáveis às sociedades por ela participada a quem nos termos da Lei e do contrato caiba a exploração do serviço de programas que integra a presente concessão especial de Serviço Público de Televisão	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2º	Âmbito									
	A concessão especial de Serviço Público de Televisão integra um serviço de programas particularmente vocacionado para a cultura, a ciência, a investigação, a inovação, a acção social, o desporto amador, as confissões religiosas, a produção independente, o cinema português, o ambiente, a defesa do consumidor e o experimentalismo audiovisual	Artº 51º, nº1	Indirecta	Lei nº 6/2006	Artº 3º, nº1	Indirecta	-	-	-	-
3º	Prazo									
	Prazo de Concessão: 8anos	Artº 51º, nº2	Directa	Lei nº 6/2006	Artº 3º, nº1	Indirecta	-	-	-	-
4º	Exercício da concessão									
	O serviço de Programas objecto da presente concessão será explorado pela Radiotelevisão Portuguesa - Serviço Público de Televisão, S.A.	Artº 51º, nº4	Indirecta	Lei nº 6/2006	Anexo II, Artº 3º, nº1	Indirecta	-	-	-	-
5º	Abertura à sociedade civil									
1	o serviço de programas deverá concretizar uma abertura progressiva à sociedade civil, de modo a associá-la à prossecução do serviço público de televisão, através da associação dos parceiros que, nas respectivas áreas de actuação, contribuam para uma programação especializada e de qualidade	Artº 46º; Artº 47º, nº2, alínea b)	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-
2	A participação de diversos parceiros será objecto de protocolos específicos e poderá revestir, entre outras, a forma de fornecimento de programas, cedência de meios, apoio técnico ou científico, cedência de direitos e ainda o patrocínio	Artº 29º, nº2	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-
3	Da articulação entre os parceiros e a direcção do serviço de programas deve resultar um processo de consensualização de conteúdos e de formatação de produção, que garanta a manutenção de elevados padrões de qualidade e o respeito pelo enquadramento normativo da actividade de televisão em geral e do serviço público em especial	-	-	-	-	-	-	-	-	-

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 1.2 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DO CCeSPT

Nº	CLÁUSULAS DO CCeSPT Denominação / Descrição	Lei da Televisão Lei nº 32/2003		Financiamento e Reestruturação Lei nº 30/2003 e DL nº 169-A/2005;			Legislação Comunitária		Constituição da República Portuguesa	
		Artigos	Tipo de Referência	Leis	Artigos	Tipo de Referência	Diplomas	Tipo de Referência	Artigos	Tipo de Referência
6º Conselho de Acompanhamento										
1	Junto da Radiotelevisão Portuguesa - Serviço Público de Televisão, S.A. Funciona como órgão de apoio e consulta o Conselho de Acompanhamento do serviço de programas objecto da presente concessão	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	O conselho é composto pelas entidades que contribuam para a programação do serviço de programas nos termos da cláusula anterior	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Compete ao Conselho de Acompanhamento:									
	a) Dar parecer sobre o plano de desenvolvimento do serviço de programas	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	b) Dar parecer, até 15 de Outubro de cada ano, sobre o plano referido na cláusula 10º	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	c) Dar parecer sobre as bases gerais de programação do serviço de programas	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	d) Dar parecer e emitir recomendações sobre os modelos e formas de relacionamento dos parceiros com o serviço de programas	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	e) Eleger o respectivo Presidente e o Secretariado Permanente, quando exista, e aprovar o seu regulamento de funcionamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	O conselho reúne ordinariamente de seis em seis meses e , extraordinariamente, sempre que convocado pelo seu Presidente, mediante solicitação de um terço dos seus membros ou do Conselho de Administração da concessionária ou da Radiotelevisão Portuguesa - Serviço Público de Televisão, S.A.	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	Os membros dos Conselhos de administração das sociedades referidas no número anterior anteriores, bem como os responsáveis pela programação do serviço, podem assistir e participar nas reuniões sem direito de voto	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	O regulamento do Conselho pode prever a existência de um secretariado permanente, composto por 9 dos seus membros, eleitos anualmente, a quem caberá reunir mensalmente com os órgãos responsáveis pelo serviço de programas, de modo a assegurar um seguimento continuado do seu desenvolvimento	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7º Obrigações Gerais										
	Cabe ao concessionário garantir que o serviço de programas objecto da presente concessão cumpra as obrigações e tendo em atenção as obrigações gerais da programação de serviço público do CCgSPT:									
	a) A complementaridade de uma programação face à do serviço de programas generalista de serviço público, com base num modelo centrado na divulgação do conhecimento, nas suas diversas vertentes	Artº 47º, nº1	Directa	-	-	-	-	-	-	-
	b) A abertura à sociedade civil de modo a reforçar, pela diferença, os princípios da universalidade, da coesão e da proximidade do serviço público	Artº 46º	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 1.2 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DO CCeSPT

Nº	Denominação / Descrição	Lei da Televisão Lei nº 32/2003		Financiamento e Reestruturação Lei nº 30/2003 e DL nº 169-A/2005;			Legislação Comunitária		Constituição da República Portuguesa		
		Artigos	Tipo de Referência	Leis	Artigos	Tipo de Referência	Diplomas	Tipo de Referência	Artigos	Tipo de Referência	
	c) Uma programação criativa e variada de divulgação do saber da informação do saber da informação e das artes e espectáculos, que promova o desenvolvimento da compreensão da sociedade e das instituições e o melhor conhecimento das civilizações e da sua história, da defesa do ambiente e das minorias e da divulgação do papel das confissões religiosas na sociedade	Artº 51º, nº1	Indirecta	Lei nº 6/2006	Artº 3º, nº1	Indirecta	-	-	Artº 37º; Artº 38º; Artº 41º; Artº 42º	Indirecta	
	d) Uma especial vocação de exibição da produção audiovisual de origem nacional, nomeadamente a de natureza mais experimental	Artº 51º, nº1	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-	
	e) A promoção da produção de documentários que contribuam para a divulgação da História, da Língua e natureza mais experimental	Artº 47º, nº3, alínea a)	Directa	-	-	-	-	-	-	-	
	f) A colaboração com Universidades, Institutos Politécnicos e outros estabelecimentos de ensino, de modo a garantir uma abertura permanente à ligação ao ensino nos seus diversos graus	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	g) Uma programação de qualidade direccionada para as múltiplas necessidades dos diversos públicos específicos e, em particular, para os públicos mais jovens, para as minorias e para os cidadãos com dificuldades acrescidas de comunicação ou mobilidade	Artº 47º, nº2, alínea d) e f) e nº3, alínea b)	Directa	-	-	-	Directiva nº 89/552/CEE do Conselho de 3 de Outubro, considerandos e artº 22º nº 1	Indirecta	-	-	
8º	Publicidade										
	1	Não é permitida a emissão de publicidade comercial no serviço de programas objecto da presente concessão	-	-	-	-	-	-	-	-	
	2	Dentro dos limites fixados na lei poderá ser emitida publicidade institucional, relativa à promoção de produtos, serviços ou fins de interesse público ou cultural, que beneficiará de um desconto não inferior a 85% do preço, e que será identificada como tal por dispositivo óptico ou acústico apropriado	-	-	-	-	-	-	-	-	
	3	São permitidos patrocínios, com um máximo de dez inserções, com um máximo de cinco segundos cada, por hora e programa patrocinado, desde que afectos a programas de produção própria do serviço ou dos seus parceiros, ficando excluídos as transmissões desportivas não amadoras e os programas de ficção estrangeiros	-	-	-	-	-	-	-	-	
9º	Financiamento										
		O financiamento das obrigações do Serviço Público de Televisão decorrentes do presente contrato deduzidos os custos suportados directa ou indirectamente pelos parceiros, será assegurado pela Concessionária, mediante a alocação de fundos provenientes da contribuição para o Audiovisual que não sejam necessários ao cumprimento das obrigações decorrentes do nº2 do artº 3º e do artº 20º da Lei nº6/2006	-	-	Lei nº 30/2003 ARF Lei nº 6/2006	Artº 1º, nº3 Ponto 3 Artº 3º, nº2 e Artº 20º	Indirecta Indirecta Directa	-	-	-	-
10º	Plano de Actividades e Orçamento										
	1	A 2º Outorgante submeterá à aprovação do Ministro das Finanças e do membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social, até ao dia 31 de Outubro de cada ano, o Plano de Actividades e o Orçamento relativos à prestação do serviço público no ano seguinte, os quais serão acompanhados por pareceres do ROC, do conselho de Opinião e do Conselho de Acompanhamento	-	-	Lei nº 6/2006	Anexo I, Artº22º, alínea a)	Indirecta	-	-	-	

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 1.2 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DO CCeSPT

Nº	Denominação / Descrição	Lei da Televisão Lei nº 32/2003		Financiamento e Reestruturação Lei nº 30/2003 e DL nº 169-A/2005;			Legislação Comunitária		Constituição da República Portuguesa	
		Artigos	Tipo de Referência	Leis	Artigos	Tipo de Referência	Diplomas	Tipo de Referência	Artigos	Tipo de Referência
2	O Plano de Actividades e o Orçamento acima referidos deverão reflectir um elevado padrão de eficiência de gestão na prestação do serviço público, incorporar progressivamente ganhos de produtividade e respeitar as orientações de natureza empresarial e os referencias macroeconómicos indicativos dimanados do Governo	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Para efeitos de Avaliação dos ganhos de eficiência deverão constar dos documentos referidos nos números anteriores os indicadores de custo real por hora de emissão, a taxa de reposição, e o custo ponderado por quota de mercado	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11º	Relatório									
	Os documentos de prestação de contas e os relatórios referidos na cláusula 18ª do CCgSPT, evidenciarão, de forma autónoma, os elementos de informação relativos ao serviço de programas objecto da presente concessão especial	Artº 5º, nº2	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-
12º	Indemnizações a terceiros									
	São da inteira responsabilidade da Concessionária todas as indemnizações que, nos termos da Lei, sejam devidas a terceiros em consequência de qualquer actividade decorrente da concessão	-	-	-	-	-	-	-	-	-
13º	Fiscalização									
1	A fiscalização e a verificação do cumprimento do presente contrato de concessão são da competência do Ministro das Finanças e do membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	No plano financeiro, a fiscalização referida no número anterior será exercida pela Inspeção Geral de Finanças	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	O Protocolo a que se refere o nº3 da cláusula 22ª do CCgSPT, a celebrar com a Inspeção Geral de Finanças, identificará de forma autónoma as obrigações de informação relativas ao serviço de programas objecto da presente concessão especial	-	-	-	-	-	-	-	-	-
14º	Auditoria Externa									
	Sem prejuízo do disposto no artigos anteriores e das competências de fiscalização cometidas a outras entidades será efectuada uma auditoria externa anual, realizada por empresa especializada a indicar pela AACCS, cujo custo será suportados pela Concessionária, que terá por objecto a verificação do cumprimento da missão do serviço público e a transparência e proporcionalidade dos fluxos financeiros a ele associados	Artº 52º, nº3	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-
15º	Responsabilidade da concessionária pela execução das obrigações que lhe são impostas									
	A fim de se assegurar a execução dos deveres contratuais por parte da Concessionária de forma a acautelar a regularidade e a continuidade da prestação de Serviço público com eficaz tutela dos direitos do concedente é lícito ao 1ºOutorgante, no caso de incumprimento da Concessionária, aplicar sanções que, a graduar de acordo com a gravidade do incumprimento, poderão consistir em multas nos termos da cláusula seguinte	Artº 64º ao Artº 80º	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-
16º	Multas Contratuais									

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 1.2 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DO CCeSPT

CLÁUSULAS DO CCeSPT		Lei da Televisão		Financiamento e Reestruturação			Legislação Comunitária		Constituição da República Portuguesa		
		Lei n.º 32/2003		Lei n.º 30/2003 e DL n.º 169-A/2005;			Diplomas	Tipo de Referência	Artigos	Tipo de Referência	
N.º	Denominação / Descrição	Artigos	Tipo de Referência	Leis	Artigos	Tipo de Referência					
1	Pelo incumprimento das obrigações assumidas no âmbito do contrato de concessão poderá a Concessionária ser punida com multa de sete mil e quinhentos euros a trezentos e setenta e cinco mil euros, segundo a sua gravidade, a qual será aferida em função dos riscos para a regularidade e continuidade da prestação do serviço público e dos prejuízos resultantes	Art.º 69.º; Art.º 70.º; Art.º 71.º	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-	-
2	A violação dos limites impostos na cláusula 8.ª à emissão de publicidade, será punida com multa correspondente à receita indevidamente obtida, acrescida de cinquenta por cento	Art.º 70.º, n.º1, alínea a)	Indirecta	-	-	-	-	-	-	-	-
3	É da competência conjunta do Ministério das Finanças e do membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social a aplicação das multas previstas na presente cláusula	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	A sanção aplicada será comunicada por escrito à Concessionária	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	Os limites das multas referidos no n.º1 são actualizados anualmente de acordo com o índice de preços no consumidor, no continente	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
17.º											
	O presente contrato será objecto de revisão decorridos que sejam dois anos sobre a sua assinatura, de modo a incorporar as alterações impostas pela evolução e desenvolvimento do serviço de programas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ASPECTOS DO ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO REFERENTES À ACTIVIDADE TELEVISIVA E FINANCIAMENTO DO SPT SEM REFERÊNCIA NOS CCSPTs

Descrição	Lei da Televisão		Financiamento e Reestruturação			Legislação Comunitária	
	Lei n.º 32/2003		Lei n.º 30/2003 e DL n.º 169-A/2005; Lei n.º 2/2006; ARF			Diplomas	Notas
	Artigos	Notas	Leis	Artigos	Notas		
RELATIVOS A SERVIÇO PÚBLICO			-	-	-		
Exigência de Parecer da Entidade Reguladora sobre o CCSPT	Art.º 48.º, n.º 6	-	-	-	-	-	-
RELATIVOS A ACTIVIDADE TELEVISIVA EM GERAL							
Obrigação de que a programação dos operadores de televisão feita em canais de cobertura geral seja a mesma em todo o território	Art.º 8, n.ºs 4 e 5	(1)	-	-	-	-	-
Obrigação de anteceder a transmissão de programas susceptíveis de influir negativamente na formação da personalidade das crianças e dos adolescentes, ou de impressionar outros espectadores particularmente vulneráveis, designadamente pela exibição de cenas particularmente violentas ou chocantes, de advertência expressa, acompanhada de identificativo apropriado, e ter sempre lugar em horário nocturno (entre as 23 e as 6 horas).	Art.º 24.º	(2)	-	-	-	-	-
N.º de horas de emissão e definição de programas televisivos	Art.º 35.º	(3)	-	-	-	-	-
Direito a extractos informativos	Art.º 29.º	-	-	-	-	-	-
Obras europeias proveniente de produtores independentes dos organismos de televisão (10% do tempo de emissão)	Art.º 42.º	(4)	-	-	-	Directiva n.º 89/552/CEE, do Conselho, de 3 Outubro	(5)
Serviços noticiosos regulares assegurados por jornalistas profissionais	Art.º 33.º	-	-	-	-	-	-
Identificação e registo dos programas	Art.º 38.º e 39.º	(6)	-	-	-	-	-
Aplicabilidade à televisão das normas gerais reguladoras da publicidade comercial e da actividade publicitária. Sujeição da publicidade não comercial difundida através da televisão, nomeadamente a de carácter institucional ou de interesse colectivo, aos princípios gerais da legislação antes referida, em matéria de identificabilidade, licitude, veracidade, leal concorrência e respeito pela defesa dos direitos do consumidor.	-	-	-	-	-	Directiva n.º 89/552/CEE, do Conselho, de 3 Outubro (capítulo IV)	-
Limite de 15% do tempo de emissão diário consagrado à publicidade (podendo ser elevada a 20%)	Art.º 36.º	(8)	-	-	-		(9)
Blocos de televenda	Art.º 37.º	(7) (10)	-	-	-		-
Auto-promoção	Art.º 36.º, n.º 5	(8)	-	-	-		(9)
Identificação da publicidade, sua separação dos programas, por meios ópticos ou acústicos, proibição da publicidade subliminar e da publicidade clandestina	-	-	-	-	-		-
Inserção de publicidade deve respeitar as normas internacionais que vinculem o Estado português em matéria de publicidade	-	-	-	-	-	Directiva n.º 89/552/CEE, do Conselho, de 3 Outubro (capítulo IV) Directiva n.º 84/450/CEE, do Conselho, de 10 Setembro (relativa a publicidade enganosa) Directiva n.º 92/28/CEE do Conselho, de 31 Março (relativa a publicidade de medicamentos para uso humano) Directiva n.º 97/55/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 6 Outubro (relativa a publicidade comparada)	-
Restrições à publicidade de: produtos nocivos à saúde (como tal qualificados por lei), de objectos de conteúdo pornográfico ou obsceno e de partidos ou associações políticas e de organizações sindicais, profissionais e representativas de actividades económicas ou patronais	-	-	-	-	-	Directiva n.º 92/28/CEE do Conselho, de 31 Março (relativa a publicidade de medicamentos para uso humano)	-

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ASPECTOS DO ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO REFERENTES À ACTIVIDADE TELEVISIVA E FINANCIAMENTO DO SPT SEM REFERÊNCIA NOS CCSPTs

Descrição	Lei da Televisão		Financiamento e Reestruturação			Legislação Comunitária	
	Lei n.º 32/2003		Lei n.º 30/2003 e DL n.º 169-A/2005; Lei n.º 2/2006; ARF			Diplomas	
	Artigos	Notas	Leis	Artigos	Notas		Notas
Patrocínio (obrigações, limitações e restrição)	-	-	-	-	-	Directiva n.º 89/552/CEE, do Conselho, de 3 Outubro (capítulo IV)	-
Obrigação de existência de director responsável pela orientação e supervisão do conteúdo das emissões, de responsável pela informação e de conselho de redacção.	Art.º 31.º, Art.º 34.º	-	-	-	-	-	-
Obrigação de existência de estatuto editorial	Art.º 32.º	-	-	-	-	-	-
Registo (e sua actualização) dos operadores licenciados	Art.º 12.º	-	-	-	-	-	-
Contagem dos tempos de emissão (para efeito dos tempos de antena, de resposta e de réplica política)	Art.º 87.º	-	-	-	-	-	-
Colaboração entre o Estado, os concessionários do serviço público e os restantes operadores de televisão	Art.º 7.º	(11)	-	-	-	-	-
Registo e requisitos dos operadores	Art.º 12.º, Art.º 13.º	-	-	-	-	-	-
Autonomia dos operadores	Art.º 23.º	(12)	-	-	-	-	-
Proibição de contrair novas dívidas sem autorização do accionista, excepto quando estas se destinem a financiamento de curto prazo e até ao montante máximo correspondente a 20% da indemnização compensatória anual.	-	-	ARF Lei n.º 30/2003	Considerando 9 Art.º 2.º, n.º 3	-	-	-
Equilíbrio de exploração	-	-	ARF	Ponto 1	(13.1)	-	-
A empresa obriga-se a limitar o valor de novos investimentos, dentro do prazo de vigência do acordo, ao valor das amortizações contabilizadas deduzidas das rendas de contratos de locação financeira celebrados	-	-	ARF	ponto 2	-	-	-
Obrigação da Empresa em transferir a titularidade do seu Arquivo Histórico a uma entidade designada pelo Estado, mediante adequada compensação	-	-	ARF	Ponto 5	-	-	-
Criação de um Fundo ou contracção de financiamento destinado ao cumprimento do serviço da dívida	-	-	ARF	Ponto 6	(13.2)	-	-
O Estado obriga-se a compensar a Empresa, mediante a atribuição de dotações excepcionais, dos custos financeiros adicionais	-	-	ARF	Ponto 7.	(13.3)	-	-

Notas:

- (1) Os n.ºs 4 e 5 do artigo 8.º da Lei n.º 32/2003 de 22 de Agosto, prevê que a área geográfica consignada a cada serviço de programas televisivo possa não ser coberta com o mesmo programa e sinal recomendado, desde que exista autorização para o efeito, a conceder por deliberação da entidade reguladora, o limite horário de descontinuidade da emissão é de 60 minutos diários. O Despacho Conjunto n.º 195/99, de 3 de Março, autoriza as delegações regionais da RTP a difundirem exclusivamente para as correspondentes áreas de cobertura, debates sobre assuntos de interesse regional, num período diário não superior a 60 minutos.
- (2) O n.º 2 do artigo 24.º da Lei n.º 32/2003 de 22 de Agosto, refere que “Quaisquer outros programas susceptíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade das crianças ou de adolescentes ou de afectarem outros públicos vulneráveis só podem ser transmitidos entre as 23 e as 6 horas e acompanhados da difusão permanente de um identificador visual apropriado”. O n.º 3 do artigo 24.º da Lei n.º 32/2003 estipula que “a difusão televisiva de obras que tenham sido projecto de classificação etária, para efeitos da sua distribuição cinematográfica ou videográfica, deve ser precedida de menção que lhes tiver sido atribuída pela comissão competente, ficando sujeita às demais exigências a que se refere o número anterior sempre que a classificação em causa considere desaconselhável o acesso a tais obras por menores de 16 anos.”
- (3) O artigo 35.º da Lei n.º 32/2003 de 22 de Agosto, determina um mínimo de 6 horas diárias de emissão, não considerando as emissões de publicidade e de televenda, bem como as que reproduzam imagens fixas ou meramente repetitivas.
- (4) O artigo 41.º da Lei n.º 32/2003 de 22 de Agosto, estipula que os operadores televisivos devem incorporar uma percentagem maioritária de obras de origem europeia na respectiva programação, uma vez deduzido o tempo de emissão consagrado aos noticiários, manifestações desportivas, concursos, publicidade, televenda e teletexto. No artigo 42.º, estipula que “os operadores de televisão que explorem serviços de programas televisivos de cobertura nacional devem assegurar que pelo menos 10% da respectiva programação (...), sejam preenchidos através da difusão de obras europeias, provenientes de produtores independentes dos organismos de televisão, preferencialmente produzidas há menos de cinco anos”.
- (5) O artigo 5.º da Directiva n.º 89/552/CEE do Conselho de 3 de Outubro, refere que os Estados-Membros podem optar entre 10% do tempo de antena (com as exclusões citadas) ou 10% do orçamento de programação dos organismos de radiodifusão televisiva.

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ASPECTOS DO ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO REFERENTES À ACTIVIDADE TELEVISIVA E FINANCIAMENTO DO SPT SEM REFERÊNCIA NOS CCSPTs

Descrição	Lei da Televisão		Financiamento e Reestruturação			Legislação Comunitária	
	Lei n.º 32/2003		Lei n.º 30/2003 e DL n.º 169-A/2005; Lei n.º 2/2006; ARF			Diplomas	Notas
	Artigos	Notas	Leis	Artigos	Notas		

Notas: (continuação)

- (6) Segundo o artigo 38º da Lei n.º 32/2003 de 22 de Agosto, “os programas devem ser identificados e conter os elementos relevantes das fichas artística e técnica.”, o artigo 39º estipula que, “Independentemente do disposto no artigo 86º, as emissões devem ser gravadas e conservadas pelo prazo mínimo de 90 dias, se outro mais longo não for determinado por lei ou por decisão judicial”, e “A entidade reguladora pode, em qualquer momento, solicitar aos operadores as gravações referidas no número anterior, devendo as mesmas, em caso de urgência devidamente fundamentada, ser enviadas no prazo máximo de quarenta e oito horas.”
- (7) O n.º 4 do artigo 36º da Lei n.º 32/2003 de 22 de Agosto determina para os operadores gerais e para serviços de programas televisivos de acesso não condicionado, que o tempo de emissão destinado a mensagens publicitárias e de tevênda em cada período compreendido entre duas unidades de hora não pode exceder 20%.
- (8) O n.º 1 do artigo 36º da Lei n.º 32/2003 de 22 de Agosto, refere que o tempo reservado às mensagens publicitárias não pode exceder 15% do período diário de emissão salvo quando inclua outras formas de publicidade ou mensagens de tevênda, caso em que esse limite pode elevar-se a 20%. Além disso, o n.º 5 do artigo 36º da Lei n.º 32/2003 exclui, dos limites de tempo de emissão reservado à publicidade, “as mensagens difundidas pelos operadores televisão relacionadas com os seus próprios programas e produtos directamente deles derivados, os patrocínios, os blocos de tevênda [...], bem como os que digam respeito a serviços públicos ou fins de interesse público e apelos de teor humanitário, transmitidas gratuitamente”.
- (9) O n.º 3 do artigo 18º da Directiva n.º 89/552/CEE do Conselho de 3 de Outubro, estipula que, para efeitos da limitação do tempo de emissão reservado à publicidade, esta “não inclui anúncios transmitidos pelos organismos de radiodifusão relacionados com os seus próprios programas e produtos acessórios directamente derivados desses programas e anúncios de serviços públicos e apelos de teor caritativo transmitidos graciosamente”.
- (10) O artigo 37º da Lei n.º 32/2003 de 22 de Agosto, estipula que, “Os serviços de programas televisivos de cobertura nacional e de acesso não condicionado podem transmitir diariamente até oito blocos de tevênda, desde que a sua duração total não exceda três horas, (...)”, devendo os blocos de tevênda ter uma duração ininterrupta de, pelo menos quinze minutos, e “Nos serviços de programas televisivos de autopromoção é proibida a transmissão de blocos de tevênda.”
- (11) O artigo 7º da Lei n.º 32/2003 de 22 de Agosto determina que, “O Estado, os concessionários do serviço público e os restantes operadores de televisão devem colaborar entre si na prossecução dos valores da dignidade da pessoa humana, do Estado de direito, da sociedade democrática e da coesão nacional e da promoção da língua e da cultura portuguesas, tendo em consideração as necessidades especiais de certas categorias de espectadores.”
- (12) O artigo 23º da Lei n.º 32/2003 de 22 de Agosto refere, a autonomia dos operadores assenta nos princípios da liberdade e da independência perante o poder político, designadamente Governo, Administração Pública e demais poderes públicos e perante o poder económico, assegurando a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião.
- (13) Acordo de Reestruturação Financeira (ARF) celebrado entre o Estado e a RTP SGPS, SA de 22 de Setembro de 2003.
- (13.1) O ponto 1 do ARF, diz-nos que, “A Empresa obriga-se a atingir o equilíbrio de exploração no exercício de 2005, fixando em 240 milhões de Euros (valores de 2003) o montante máximo, incluindo amortizações mas excluindo eventuais custos de reestruturação, do custo de prestação de serviço público de Rádio e Televisão”.
- (13.2) O ponto 6 do ARF, determina que, quando as receitas comerciais ultrapassam o montante estimado, “a Empresa obriga-se a aplicar o excedente na criação de um Fundo destinado ao cumprimento do serviço da dívida”, quando as receitas comerciais forem inferiores ao montante estimado, “a Empresa desde logo autoriza a contrair novos financiamentos pelo prazo de um ano, (...), obrigando-se simultaneamente a reduzir os custos de exploração do exercício imediato, por forma a garantir o seu reembolso.”.
- (13.3) O ponto 7 do ARF, prevê que, sejam atribuídas dotações de capital excepcional, dos custos financeiros adicionais quando a taxa de referência (Euribor) ultrapasse em mais de 100 b.p. o valor dessa taxa a data do contrato, e “Por proposta da Empresa ou a solicitação do Estado, suportando o Estado o respectivo custo, a Empresa poderá proceder à fixação de taxa ou à compra de um “cap” para limitação do risco assumido nos termos desta cláusula”.

**RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO
PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL,
SGPS, SA**

RELATÓRIO TÉCNICO DETALHADO

**FASE IV
AUDITORIA COMPLETA DA
INFORMAÇÃO ANALÍTICA
RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS
RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO
PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS
VERTENTES QUALITATIVA E
QUANTITATIVA**

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

ÍNDICE DA FASE IV

CAPÍTULO 1 – ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

CAPÍTULO 2 – ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

CAPÍTULO 3 – ANÁLISES QUANTITATIVAS RELATIVAS AO APURAMENTO DOS RESULTADOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO, RESPECTIVA INDEMNIZAÇÃO COMPENSATÓRIA E OUTROS FINANCIAMENTOS

**RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DO
SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE
PORTUGAL, SGPS, SA**

**FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA
RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DE SERVIÇO
PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E
QUANTITATIVA**

CAPÍTULO 1

**ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS
DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO**

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ÍNDICE

I – FONTES DE INFORMAÇÃO

- 1.1 Legislação Nacional
- 1.2 Legislação Comunitária
- 1.3 Acordo Reestruturação Financeira

II – TRABALHO DESENVOLVIDO

III – PRINCIPAIS CONCLUSÕES

IV – RECOMENDAÇÕES E SUGESTÕES

ANEXOS

- ANEXO 1.1 - Enquadramento Legislativo do CCgSPT e Aditamento
- ANEXO 1.2 - Enquadramento Legislativo do CCeSPT
- ANEXO 2 - Aspectos do Enquadramento Legislativo Referentes à Actividade Televisiva e Financiamento do SPT sem Referência nos CCSPTs

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

I – FONTES DE INFORMAÇÃO

1.1 Legislação Nacional e Acordo com o Estado

1.1.1 Diplomas Principais e Acordo com o Estado

- Constituição da República Portuguesa, com as alterações da Lei Constitucional n.º 1/2005, de 12 de Agosto (Sétima Revisão Constitucional);
- Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto: Lei da Televisão;
- Lei n.º 2/2006, de 14 de Fevereiro: Transforma a Radiotelevisão Portuguesa, SA em Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, SA (inclui os respectivos Estatutos) e cria o Provedor do Ouvinte e o Provedor do Telespectador nos serviços públicos de rádio e de televisão;
- Lei n.º 30/2003, de 22 de Agosto (alterada pelo Decreto-Lei n.º 169-A/2005, de 3 de Outubro) que aprova o modelo de financiamento do serviço público de radiodifusão e televisão;
- Acordo de Reestruturação Financeira (ARF), de 22 de Setembro de 2003, onde o Estado e a Rádio e a Televisão de Portugal, SGPS, SA (RTP SGPS), acordam através deste os direitos e deveres recíprocos relativos à Reestruturação Financeira.

1.1.2 Outros Diplomas

- Lei n.º 31/96, de 14 de Agosto (Serviço público de rádio e de televisão nas regiões autónomas);

- Portaria n.º 111/91, da Presidência do Conselho de Ministros e Ministério das Finanças, de 7 de Fevereiro (Arquivo Audiovisual);
- Lei n.º 16/2001, de 22 de Junho (artigo 25º relativo aos tempos de emissão religiosa) e Despacho Conjunto n.º 321/2006, de 30 de Abril (nomeia os membros da Comissão do Tempo de Emissões das Confissões Religiosas);
- Decreto-Lei n.º 84/2005, de 28 de Abril (estabelece as condições de cedência de direitos exclusivos para a transmissão televisiva);
- Decreto-Lei n.º 275/98, de 9 de Setembro, com as alterações introduzidas pelos Decretos-lei n.ºs 51/2001, de 15 de Fevereiro, 332/2001, de 24 de Dezembro, 81/2002, de 4 de Abril e 224/2004, de 4 de Dezembro (Código da Publicidade);
- Lei n.º 1/99, de 13 de Janeiro (aprova o Estatuto do Jornalista);
- Decreto-Lei n.º 208/2006, de 27 de Outubro (artigo 24º Comissão de Aplicação de Coimas em Matéria Económica e de Publicidade);
- Decreto-Lei n.º 63/85, de 14 de Março, com as alterações introduzidas pela Lei n.º 45/85, de 17 de Setembro, Lei n.º 114/91, de 3 de Setembro, Decreto-Lei n.º 332/97, de 27 de Novembro, Lei n.º 50/2004, de 24 de Agosto e Lei n.º 24/2006, de 30 de Junho (Direitos de autor);
- Decreto-Lei n.º 237/98, de 5 de Agosto (estabelece o regime de atribuição de licenças e autorizações para o exercício da actividade de televisão), e Portaria n.º 474-C/98, de 5 de Agosto (fixa as taxas devidas pela atribuição e renovação de licenças e autorizações para o exercício da actividade televisiva);
- Decreto-Lei n.º 319-A/76, 3 Maio, com as sucessivas alterações até 2005 (Lei eleitoral - eleição para o Presidente da República);
- Lei n.º 36/86, de 5 de Setembro (garantia do direito de réplica política dos partidos da oposição);
- Lei n.º 15-A/98, de 3 de Abril (Lei Orgânica do Regime do Referendo);
- Despacho Conjunto n.º 195/99, de 3 de Março (autoriza as delegações regionais da RTP a difundirem exclusivamente para as correspondentes áreas de cobertura, debates sobre assuntos de interesse regional, num período diário não superior a 60 minutos);
- Decreto-Lei n.º 74/82, de 3 de Março (depósito legal de Videogramas e Obras Cinematográficas, entre outras obras);
- Lei n.º 2/99, de 13 de Janeiro (aprova a Lei da Imprensa).

1.1.3 Principais Diplomas e Contratos em Vigor após 2006

- Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho, e Declaração de Rectificação n.º 82/2007, relativa à Lei da Televisão, que regula o acesso à actividade de televisão e o seu exercício;
- Lei n.º 8/2007, de 14 de Fevereiro, procede à reestruturação da concessionária do serviço público de rádio e televisão;
- Contrato de Concessão de serviço Público, de 25 de Março, celebrado entre o Estado Português e a Rádio e Televisão de Portugal, SA (CCSPT²⁰⁰⁸);
- Acordo Complementar Referente ao Quadriénio 2008-2011, de 25 de Março, celebrado entre o Estado Português e a Rádio e Televisão de Portugal, SA;
- Lei n.º 64/2007, de 6 de Novembro, a Lei n.º 1/99, de 13 de Janeiro, do Estatuto do Jornalista;
- Decreto-Lei n.º 230/2007, de 14 de Junho, alteração à Lei n.º 30/2003, de 22 de Agosto, alargando às empresas comercializadoras de electricidade o dever de liquidação, por substituição tributária, da contribuição para o audiovisual;
- Portaria n.º 1199/2007, de 19 de Setembro, estabelece quais os documentos que devem acompanhar os requerimentos dos pedidos de autorização para o exercício da actividade de televisão;
- Decreto-Lei n.º 167/2008, de 26 de Agosto, estabelece o regime jurídico aplicável à atribuição de subvenções públicas.

1.2. Legislação e Jurisprudência Comunitária

1.2.1. Diplomas Principais

- Directiva n.º 80/723/CEE, da Comissão, de 25 de Junho, alterada pela Directiva n.º 93/84/CEE, da Comissão, de 30 de Setembro, alterada pela Directiva n.º 2000/52/CE, da Comissão, de 26 de Julho, alterada pela Directiva n.º 2005/81/CE, da Comissão, de 28 de Novembro (relativas à transparência das relações financeiras entre os Estados-Membros e as empresas públicas);
- Directiva n.º 89/552/CEE, do Conselho, de 3 de Outubro, alterada pela Directiva n.º 97/36/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 30 de Junho (relativas à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros relativas ao exercício de radiodifusão televisiva);
- Directiva n.º 84/450/CEE, do Conselho, de 10 de Setembro, alterada pela Directiva n.º 97/55/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 6 de Outubro, alterada pela Directiva n.º 2005/29/CE, do Conselho, de 11 de Maio, relativa à

aproximação das disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros em matéria de publicidade enganosa;

- Directiva n.º 92/28/CEE do Conselho, de 31 de Março, relativa à publicidade dos medicamentos para uso humano, alterada pela Directiva n.º 97/55/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 6 de Outubro, para incluir a publicidade comparada;
- Directiva n.º 92/100/CEE, do Conselho, de 19 de Novembro, relativa ao direito de locação e de empréstimo e a determinados direitos conexos aos direitos de autor no domínio da propriedade intelectual;
- Directiva n.º 93/98/CEE, do Conselho, de 29 de Outubro, relativa à harmonização do prazo de protecção dos direitos de autor e de direitos conexos;
- Directiva n.º 96/9/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de Março, relativa à protecção jurídica das bases de dados;
- Decisão da Comissão, de 28 de Novembro de 2005, relativa à aplicação do n.º 2 do artigo 86.º do Tratado CE aos auxílios estatais sob a forma de compensação de serviço público concedidos a certas empresas encarregadas da gestão de serviços de interesse económico geral (excessos de compensação);
- Decisão da Comissão (2005/406/CE), de 15 de Outubro de 2003, publicada em 6 de Junho de 2005, relativa a medidas pontuais aplicadas por Portugal a favor da RTP SGPS;

1.2.2 Outros Diplomas

- Protocolo Anexo ao Tratado de Atenas (Tratado da União Europeia e Tratado que institui a Comunidade Europeia) sobre o serviço público de televisão (SPT).

1.2.3 Jurisprudência

- Acórdão do Tribunal de Primeira Instância de 26 de Junho de 2008 — SIC/Comissão - (Processo T-442/03), relativa a Auxílios de Estado — Medidas adoptadas pela República Portuguesa a favor da empresa pública de televisão RTP para financiar a sua missão de serviço público — Decisão que declara que determinadas medidas não constituem auxílios de Estado e que as outras são compatíveis com o mercado comum.

II – TRABALHO DESENVOLVIDO

2.1 O trabalho desenvolvido para o enquadramento legislativo dos CCSPTs (Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão: Contrato de Concessão Geral de Serviço Público de Televisão e Aditamento – CCgSPT e Contrato de Concessão Especial de Serviço Público de Televisão - CCEsPT) foi o seguinte:

- Análise formal das cláusulas dos CCSPTs;
- Análise das Directivas Comunitárias e outros actos Comunitários relevantes;
- Verificação do enquadramento das cláusulas dos CCSPTs na legislação nacional e comunitária e no ARF;
- Apuramento das normas e princípios definidos na legislação nacional, comunitária e no ARF não explicitados nos CCSPTs;
- Verificação de eventuais inconsistências entre os CCSPTs e a legislação;
- Análise das implicações da Lei n.º 32/2003, Lei n.º 30/2003, Lei n.º 2/2006 e ARF nos CCSPTs;
- Elaboração de mapas - resumo (anexos) relativos, por um lado, ao enquadramento legislativo das cláusulas dos CCSPTs e aos princípios do ARF, e por outro, aos normativos legais aplicáveis e termos do ARF não incluídos nos CCSPTs;
- Revisão global das principais alterações do enquadramento legal e contratual do serviço público de televisão, posteriores a 2006;
- Análise de jurisprudência nacional e comunitária relevante e com implicação nos CCSPTs.

III – PRINCIPAIS CONCLUSÕES

3.1 Disposições da Legislação Nacional, do ARF e Comunitária Relevantes para o SPT, não Incluídas nos CCSPTs

3.1.1 Os CCSPTs não incluem referências sobre obrigações da RTP relativamente à actuação do Provedor do Telespectador e sua ligação com o SPT, actuação que está prevista na Lei n.º 2/2006, de 14 de Fevereiro (artigo 23º-D), situação que verificamos ter sido contemplada no CCSPT²⁰⁰⁸.

3.1.2 Várias disposições relevantes da Decisão da Comissão, de 28 de Novembro de 2005, que não se encontram contempladas nos CCSPT, como segue:

- *Remuneração do capital próprio*: artigo 5º - O montante da compensação do serviço público não deve ultrapassar o necessário para cobrir os custos ocasionados pelo cumprimento das obrigações de serviço público, tendo em conta as receitas obtidas, assim como uma rendibilidade razoável de quaisquer capitais próprios para a execução dessas obrigações. Entende-se por «lucro razoável» uma taxa de remuneração dos capitais próprios que tome em consideração o risco, ou ausência de risco, suportado pela empresa devido à intervenção do Estado-Membro. O conceito de custo líquido dos serviços específicos e do canal generalista nos CCSPTs não integra qualquer custo com a remuneração do capital próprio;
- *Excesso de compensação*: artigo 6º - Os Estados-Membros devem realizar, ou assegurar que sejam realizados, controlos regulares destinados a garantir que as empresas não recebem compensações superiores ao montante determinado nos termos do artigo 5º. Os Estados-Membros devem exigir às empresas que reembolsem os eventuais excessos de compensação pagos, devendo proceder-se a uma adaptação futura dos parâmetros de cálculo da compensação. Quando o excesso de compensação não ultrapassar 10 % do montante da compensação anual, pode transitar para o período anual seguinte, sendo deduzido ao montante da compensação relativa a esse período. Estas disposições e mecanismos de controlo dos excessos de compensação não estão contempladas nos CCSPTs.

Estas disposições, além de não estarem contempladas nos CCSPTs, não são consistentes com a forma de compensação do serviço de programas generalista (cláusula 15.ª I.1.1 do CCgSPT) que assenta num conceito de custo de oportunidade, que difere do conceito preconizado no artigo 5.º acima descrito, i.e., a medição do custo “*ocasionado pelo cumprimento das obrigações de serviço público*”.

3.2 Outros Aspectos

3.2.1 Decisão 2005/406/CE, da Comissão, de 15 de Outubro de 2003 (Decisão 2005/406/CE), relativamente a apoios estatais concedidos à RTP entre 1993 e 1998 conclui, que:

- Portugal concedeu ilegalmente os auxílios pontuais em causa em infracção ao n.º 3 do artigo 88.º do Tratado. O acordo com a segurança social celebrado em 1993, as injeções de capital no período entre 1994 e 1997 e o empréstimo de 1998 constituem auxílios estatais, nos termos do n.º 1 do artigo 87.º do Tratado CE. As medidas são concedidas com base em recursos estatais, ameaçam falsear a concorrência por favorecerem a RTP e afectam as trocas comerciais. As medidas não preenchem as condições do acórdão Altmark, uma vez que não podem ser consideradas como fazendo parte de um sistema de compensação cujos parâmetros foram estabelecidos previamente de forma objectiva e transparente. Além disso, é evidente que a RTP não foi seleccionada por meio de um concurso público que garantisse o mínimo custo possível e não há indicações de que o montante dos pagamentos pontuais foi determinado com base numa análise dos custos que teriam sido suportados por uma empresa típica;
- A isenção prevista no n.º 2 do artigo 86.º do Tratado é aplicável às medidas pontuais. As medidas compensaram obrigações de serviço público claramente definidos e devidamente confiados à RTP. As medidas pontuais são proporcionais aos custos líquidos do serviço público da RTP. As medidas não falseiam a concorrência em medida contrária ao interesse comunitário, dado que são proporcionais ao custo líquido do serviço público prestado pela RTP e que esta empresa não se comportou de forma anticoncorrencial nas suas actividades comerciais.

Tendo decidido que:

- Artigo 1.º - O auxílio estatal que Portugal concedeu à RTP, no montante de 68 006 milhões de escudos, sob a forma de um acordo concluído com a segurança social em 1993, de injeções de capital realizadas no período entre 1994 e 1997 e de um empréstimo em 1998, é compatível com o mercado comum nos termos do n.º 2 do artigo 86.º do Tratado, dado que não conduziu a qualquer sobrecompensação dos custos líquidos das funções de serviço público confiadas à RTP;
- Artigo 2º - Não constituem auxílio estatal as medidas de isenção de taxas e emolumentos notariais e de registo, pagamento pela transferência da rede de difusão do sinal televisivo, facilidades concedidas para o pagamento da taxa anual relativa à utilização da rede, protocolo de apoio ao cinema, emissão de obrigações e plano de reestruturação para 1996-2000.

3.2.2 O Acórdão do Tribunal de Justiça Comunitário de Primeira Instância de 26 de Junho de 2008, relativo ao processo movido pela SIC com o pedido de anulação da Decisão 2005/406/CE, relativa a medidas pontuais aplicadas por Portugal a favor da RTP, na parte em que esta decisão declara que algumas dessas medidas não constituem auxílios de Estado e que as outras são compatíveis com o mercado comum, decide que:

- O artigo 1.º da Decisão 2005/406/CE (descrito no parágrafo 3.2.1 anterior) relativa a medidas pontuais aplicadas por Portugal a favor da RTP, é anulado.
- O artigo 2.º da Decisão 2005/406/CE é anulado na parte em que conclui que a isenção de taxas e emolumentos notariais e de registo não constitui um auxílio estatal.

3.2.3 Apesar da correspondente solicitação efectuada pela BDO, não existe qualquer evidência de que o CCEsPT tenha sido revisto em 2005 e em 2007, conforme disposto na cláusula 17.ª, que prevê a sua revisão de dois em dois anos. Em 25 de Março de 2008 foi celebrado um novo Contrato de Concessão de serviço Público de Televisão (CCSPT²⁰⁰⁸).

3.2.4 Os CCSPTs fazem referência desactualizada à Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACS), em função da extinção desse organismo e a criação da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) em 2005, situação que verificamos ter sido actualizada no CCSPT²⁰⁰⁸.

3.2.5 Os CCSPTs não enquadram os serviços de programas temáticos da RTP Memória e da RTP N que se encontram activos na RTP em 2006, situação que verificamos ter sido já contemplada no CCSPT²⁰⁰⁸.

IV – RECOMENDAÇÕES E SUGESTÕES

4.1 Não existe, quer nos CCSPTs, quer no CCSPT²⁰⁰⁸, uma definição de mensagens publicitárias que, nos termos dos artigos 36.º e 37.º da Lei 32/2003, de 22 de Agosto, são excluídas para efeitos dos limites fixados para os operadores no que respeita ao tempo reservado à publicidade, nomeadamente clarificando o enquadramento das tele vendas, dos patrocínios, das auto-promoções, das mensagens que digam respeito a serviços públicos ou fins de interesse público e apelos de teor humanitário. A inclusão daquela definição/clarificação seria particularmente relevante para os efeitos da cláusula 15.ª I.1.1 do CCgSPT (“*o Estado comparticipa os custos do serviço de programas generalista do*

valor correspondente pela perda de receitas de publicidade decorrente da imposição de critérios específicos quanto ao conteúdo de programação de serviço público e de um limite ao número de minutos de publicidade por hora, inferior ao fixado para os restantes operadores”) e para os efeitos da cláusula correspondente do CCSPT²⁰⁰⁸ (n.º 25.^a I.1.1).

4.2 As matérias e os conceitos preconizados nos artigos 5.º (remuneração do capital próprio) e 6.º (excesso de compensação) da Decisão da Comissão, de 28 de Novembro de 2005, antes descritos, não estão contemplados, quer nos CCSPTs, quer no CCSPT²⁰⁰⁸ ou no Acordo Complementar Referente ao Quadriénio 2008-2011, de 25 de Março.

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 1.1

Enquadramento Legislativo do CCgSPT e Aditamento

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 1.2

Enquadramento Legislativo do CCeSPT

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 1 - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2

Aspectos do Enquadramento Legislativo Referentes à Actividade Televisiva e Financiamento do SPT sem Referência nos CCSPTs

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2
ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ÍNDICE

I – FONTES DE INFORMAÇÃO

- 1.1 Documentação Analisada
- 1.2 Ficheiros Base e Consultas Informáticas

II – TRABALHO DESENVOLVIDO

III – PRINCIPAIS CONCLUSÕES

ANEXO

- ANEXO 1 – Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do Serviço Público de Televisão e Respective Resultados
- ANEXO 2 – Análise em Função dos Blocos de Espaço de Publicidade Comercial em Cada Unidade de Hora

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

I – FONTES DE INFORMAÇÃO

1.1 Documentação Analisada

1.1.1 Legislação Nacional, Comunitária e Outros Diplomas

Vide ponto I “Fontes de Informação” do Capítulo 1 “Enquadramento Legislativo dos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão” da presente Fase IV.

1.1.2 Documentação contratual

- Contrato de Concessão Geral de Serviço Público de Televisão (CCgSPT) celebrado em 22 de Setembro de 2003 entre o Estado Português e a Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, SA (RTP SGPS);
- Aditamento ao CCgSPT celebrado em 22 de Setembro de 2003 entre o Estado Português e a RTP SGPS;
- Contrato de Concessão Especial de Serviço Público de Televisão (CCeSPT) celebrado em 17 de Novembro de 2003 entre o Estado Português e a RTP SGPS;
- Acordo de Reestruturação Financeira (ARF) celebrado em 22 de Setembro de 2003 entre o Estado Português e a RTP SGPS.

1.1.3 Tempos de Emissão

Para além dos ficheiros informáticos de emissões referidos neste relatório (ficheiro de Programas Exibidos e custos de exibição em 2006, ficheiro do Telereport/Markttest, ficheiro G Media para os tempos publicitários em todos os canais excepto RTP1), foram utilizadas as seguintes fontes para a análise de tempos de emissão:

- “Planeta RTP – Estatísticas e Conteúdos 2006”;
- Consulta dos mapas e informações do OberCom - Observatório da Comunicação, constantes no *site* www.Obercom.pt;
- “Relatório de regulação 2006” da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC).

1.1.4 Observatório Europeu do Audiovisual

- Várias informações obtidas através de www.obs.coe.int.

1.1.5 Deliberações e Outra Documentação da ERC

- Informações obtidas através da internet (www.erc.pt):
 - Deliberações e comunicados da ERC sobre diversas queixas relativas à Radiotelevisão Portuguesa – Serviço Público de Televisão, SA (RTP SPT) e referentes a programas ou acontecimentos ocorridos durante 2006;
 - Outros pareceres diversos da ERC.

1.1.6 Organização RTP SGPS/Normas Internas

- Organigrama Funcional da RTP SGPS em vigor em 2006;
- CD-ROM com todas as comunicações, deliberações, despachos e ordens de serviço do Conselho de Administração (CA) da RTP SGPS emitidos no período de 2003 a 2006;
- Actas do CA da RTP SGPS e da RTP SPT de 2006.

1.1.7 Protocolo com Outros Operadores de Televisão

- Protocolo RTP SGPS/SIC/TVI, celebrado em 19 de Setembro de 2003, e respectiva Adenda de 15 de Fevereiro de 2005.

1.1.8 Documentação Relativa a Cooperação

- Diversas informações fornecidas pelo Gabinete de Cooperação da RTP – Rádio e Televisão de Portugal, SA (RTP SA), entre os quais o Protocolo RTP SGPS, Instituto Português de Apoio ao Desenvolvimento (IPAD) e Radiotelevisão de Cabo Verde, relativo ao projecto dos centros emissores de São Nicolau.

1.1.9 Apoio ao Cinema e à Cultura

- Protocolo entre a RTP SPT, o Instituto do Cinema, Audiovisual e Multimédia (ICAM), de 11 de Maio de 2005;
- Protocolo entre a RTP SA, e o ICAM, de 22 de Novembro de 2006;
- Decreto-Lei n.º 227/2006, de 15 de Novembro, que regulamenta medidas relativas ao fomento, ao desenvolvimento e à protecção das artes e actividades cinematográficas e audiovisuais, previstas na Lei n.º 42/2004, de 18 de Agosto, e cria o fundo destinado ao fomento e desenvolvimento do cinema e do audiovisual.

1.1.10 Direitos de Antena

- Partidos Políticos
 - Relação dos deputados eleitos e mapa oficial das eleições legislativas para Assembleia da República realizadas em 20 de Fevereiro de 2005 (*site* da Comissão Nacional de Eleições - CNE);
 - Planos gerais de utilização dos tempos de antena (obtida do Gabinete de Programas institucionais da RTP SA);
 - Segregação e contagem dos tempos de antena por partido político (obtida do Gabinete de Programas institucionais da RTP SA);
- Eleições presidenciais
 - Comunicações e planos previstos na Lei Eleitoral do Presidente da República (CNE e Gabinete de Programas institucionais da RTP SA);

- Organizações sindicais, profissionais e representativas das actividades económicas
 - Informações obtidas do Gabinete de Programas institucionais da RTP SA.

1.1.11 Confissões Religiosas

- Contrato celebrado com a Artémis, Lda., relativo às séries de programas “Caminhos” e “Fé dos Homens”, de 22 de Março de 2005;
- Contrato celebrado com a Artémis, Lda., relativo às séries de programas “Caminhos” e “Fé dos Homens”, de 30 de Março de 2006;

1.1.12 Prémios (Colaboradores, Programas e Programas Adquiridos) relativos a 2006

- Listagem de prémios obtidos relativos a 2006;

1.1.13 Estatuto Editorial

- Documento intitulado “RTP Livro de Estilo – Direcção de Informação”, datado de Agosto de 2001;

1.1.14 Relatório e Contas da RTP SGPS de 2005 e de 2006

- Relatório e Contas da RTP SGPS de 2005 e de 2006;
- Relatório e Contas da Impresa de 2006;
- Relatório e Contas da Media Capital de 2006.

1.1.15 Plano de Actividades e Orçamento do Serviço Público (PAOSP), Relatório sobre o Cumprimento das Obrigações de Serviço Público (RCOSP) e Documentação Relacionada

- PAOSP da RTP SGPS para 2006;
- Pressupostos definidos pelo CA para a construção do PAOSP para 2006;
- Parecer do Revisor Oficial de Contas (ROC) sobre o PAOSP para 2006;
- Parecer do Conselho de Opinião sobre o PAOSP para 2006;
- Cartas de acompanhamento do PAOSP e respectivos Pareceres do ROC e do Conselho de Opinião no envio às Entidades previstas nos CCSPTs e nos termos da Lei;

- RCOSP para 2006;
- Parecer do ROC sobre o RCOSP para 2006;
- Cartas de acompanhamento do RCOSP e respectivos Pareceres do ROC no envio às Entidades previstas nos CCSPTs e nos termos da Lei;
- Pasta de apoio à elaboração do PAOSP, preparada pelo Departamento de Controlo de Gestão e Reporting (DCGR);
- Relatório da Inspeção-Geral de Finanças (IGF) “*RTP SGPS, SA – Auditoria às contas do serviço público – 2006*”, incluindo o contraditório da RTP SGPS.

1.1.16 Diferencial de Cobertura

- Informação da Portugal Telecom sobre o diferencial de cobertura, datada de 27 de Abril de 2007.

1.1.17 Contencioso (Listagens Fornecidas pela Direcção de Património, Contabilidade e Finanças - DPCF)

- Listagem de processos judiciais em curso em 31 DEZ 06 (n.º de processo, contraparte, posição, observações, tribunal, espécie, valor reclamado, valor de provisão constituída na contabilidade).

1.1.18 Provedor do Telespectador

- Relatório do Provedor do Telespectador.

1.1.19 Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão

- Relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão de Setembro de 2002.

1.1.20 Tribunal de Contas

- Relatório do Tribunal de Contas de 2005 sobre a RTP sobre recomendações efectuadas em 2002;
- Relatório do Tribunal de Contas de 2002 sobre a RTP.

1.1.21 Arquivo Audiovisual

- Informações diversas obtidas da Direcção de Emissão e Arquivo da RTP SA.

1.2 Ficheiros Base e Consultas Informáticas

- Consulta do sistema informático nas suas aplicações de Contabilidade Geral e Analítica (AS 400 e CPI Funções);
- Listagem analítica de Centros de Custo;
- Listagem analítica de Contas por Natureza e Empresa;
- Programas exibidos em 2006 (informação relativa a duração, custo de exibição e proveitos da aplicação);
- Balancetes analíticos de custos, proveitos e imobilizações por centros de custo e código de natureza para a totalidade dos centros de custo e relativos ao período completo do exercício de 2006;
- Balancetes analíticos dos custos de exibição por código de canal e programa e código de natureza de custo para os diversos canais relativos ao período completo do exercício de 2006;
- Balancetes da contabilidade geral da RTP SGPS, RTP SPT, RDP – Radiodifusão Portuguesa, SA (RDP) e RTP – Meios de Produção, SA (RTP MP), relativos ao exercício de 2006;
- Carteira de Programas em 31 DEZ 06 (Contabilidade Geral);
- Compras de programas no exercício de 2006;
- Abates à carteira de Programas no exercício de 2006;
- Telereport (relativo à totalidade das emissões no ano de 2006 da RTP1, A2, SIC e TVI) com informação relativa a níveis de audiência e *shares* – extraído da aplicação Telereport/Marktest de 2006;
- GMedia (relativo à totalidade das emissões da publicidade comercial, institucional e televentas no ano de 2006 da RTP1) solução desenvolvida pela GISP para planeamento de publicidade.
- Relatórios mensais, de Análise sobre cumprimento dos limites de publicidade da RTP SA.
- Cadastro de imobilizado com informação relativa ao valor de aquisição, às amortizações do exercício, amortizações acumuladas e valores de reavaliação de 2006;
- Proposta de protocolo celebrado com a IGF nos termos da cláusula 22.^a do CCgSPT, datada de 2008.

II - TRABALHO DESENVOLVIDO

O trabalho desenvolvido teve essencialmente por base a Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do SPT (Matriz – em Anexo) elaborada pela BDO bdc & Associados, SROC, Lda. (BDO).

III – PRINCIPAIS CONCLUSÕES

3.1 Inclusão de Publicidade na RTP1 (Cláusula 13.^a do CCgSPT)

3.1.1 Ponto Prévio

O n.º 1 da cláusula 13.^a do CCgSPT estabelece que, no canal generalista de serviço público, a RTP SGPS apenas emitirá seis minutos de publicidade comercial por cada hora de emissão, não existindo no CCgSPT uma definição de publicidade comercial. Nos termos dos artigos 36.º e 37.º da Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto, e para efeitos dos limites fixados para os operadores no que respeita ao tempo reservado à publicidade, são excluídos desse conceito as televentas, os patrocínios, as auto-promoções, as mensagens que digam respeito a serviços públicos ou fins de interesse público e apelos de teor humanitário transmitidos gratuitamente. Dado que, nos termos da cláusula 15.^a I.1.1 do CCgSPT, “*o Estado comparticipa os custos do serviço de programas generalista do valor correspondente pela perda de receitas de publicidade decorrente da imposição de critérios específicos quanto ao conteúdo de programação de serviço público e de um limite ao número de minutos de publicidade por hora, inferior ao fixado para os restantes operadores*”, consideramos adequado, para a verificação do cumprimento da referida cláusula 13.^a, o recurso à Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto.

3.1.2 Análise Global e Comparação com os Outros Operadores

Apresentamos de seguida um quadro (construído a partir do Telereport) com uma análise global da publicidade integrada no conjunto da programação e respectiva comparação com os outros operadores:

	RTP1		SIC		TVI	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Total emissão	8 760	100,0	8 713	100,0	8 760	100,0
Programas	7 054	80,5	6 325	72,6	6 415	73,2
Normais	6 999	79,9	6 283	72,1	6 382	72,9
Continuidade	55	0,6	41	0,5	33	0,4
Mensagens publicitárias	1 706	19,5	2 388	27,4	2 346	26,8
Publicidade (*)	1 458	16,6	2 088	24,0	2 103	24,0
Comercial	632	7,2	1 248	14,3	1 293	14,8
Institucional (**)	169	1,9	(**)	(**)	(**)	(**)
Blocos de tele vendas	612	7,0	783	9,0	729	8,3
Patrocínios	45	0,5	57	0,7	81	0,9
Autopromoções	248	2,8	301	3,4	243	2,8

(*) O Quadro 16 – Análise da exploração comercial, do RCOSP, evidencia um total de 1 397 horas, apurando-se uma diferença de 61 horas.

(**) Informação obtida através de base de dados (GMedia) disponibilizada pela RTP e mediante processo de cross-matching com a base de dados Telereport. Não existe informação disponível para a publicidade institucional dos outros dois canais generalistas.

Tendo em conta a programação total da RTP1, o tempo de mensagens publicitárias preenche 19,5% da emissão, distribuído principalmente pela publicidade comercial (7,2%), os blocos de tele venda (7,0%) e a publicidade institucional (1,9%), estando a restante emissão destinada a programas (80,5%). Em termos globais e de comparação, verifica-se um maior dispêndio de horas dos canais privados em mensagens publicitárias, apresentando menos horas de programação que a RTP1.

3.1.3 Análise em Função dos Blocos Publicitários Comerciais com Duração Superior a Seis Minutos

Através da análise do ficheiro do Telereport, relativamente aos blocos identificados como espaço de publicidade comercial (o que exclui os blocos de tele vendas e patrocínios, mas que poderá incluir a publicidade institucional e os patrocínios comerciais), identificámos 4 104 blocos com duração superior a seis minutos que totalizam 505,13 horas, como segue:

Mês	Nº Blocos > 6 minutos	Duração Total	Horas
Janeiro	206	24:41:20	24,69
Fevereiro	222	25:55:24	25,92
Março	315	38:25:32	38,43
Abril	407	49:34:17	49,57
Mai	438	56:11:10	56,19
Junho	316	37:09:53	37,16
Julho	414	51:16:26	51,27
Agosto	209	24:35:00	24,58
Setembro	353	44:14:23	44,24
Outubro	511	65:21:08	65,35
Novembro	459	56:40:36	56,68
Dezembro	254	31:02:36	31,04
Total	4 104	505:07:45	505,13

O detalhe da informação no Telereport não permite distinguir a publicidade institucional e os patrocínios comerciais. A informação disponibilizada pela RTP sobre publicidade institucional (GMedia) possui uma estrutura de dados diferente do Telereport, de forma que o processo de *cross-matching* entre estas duas bases de dados não permite a segregação da publicidade institucional nos moldes do quadro supra. Contudo, este processo já foi possível ao nível da análise por unidade de hora.

De acordo com informação prestada pela RTP SA, a publicidade institucional integra no Telereport o conceito de espaço de publicidade comercial. Nos termos do n.º 2 da cláusula 13.ª do CCgSPT poderá ser emitida publicidade institucional em período adicional não superior a seis minutos. A publicidade institucional no RCOSP e no GMedia totaliza 168,91 horas. Contudo, se for considerado que a publicidade institucional é incluída no Telereport em espaço de publicidade comercial apura-se uma diferença de 61,1 entre os dados do Telereport e o Quadro 16 do RCOSP, como segue:

		Duração (horas)	nº blocos
Telereport	Blocos > 6 mins	505,1	4 104
	Blocos <= 6 mins	295,9	9 638
	Sub-total	801,1	13 742
	Patrocínios	44,7	15 261
	Televentas	611,9	342
	Total	1 457,70	29 345
RCOSP Q16	Institucionais	168,9	
	Publicidade	618,4	
	Televentas	609,3	
	Total	1 396,60	
Diferença		61,1	

De acordo com a RTP, os critérios das duas bases de dados (Telereport e GMedia) são muito diferentes, não sendo possível reconciliar esta diferença.

De acordo com a RTP SA, entende-se por publicidade institucional, a publicidade de teor Sócio-Caritativo onde não exista qualquer interesse comercial e de interesse público ou cultural. A natureza institucional é relevada pelo conteúdo, pela entidade anunciante, pela identificação da marca de água e pela inexistência de separadores específicos de publicidade comercial.

Atendendo ao exposto nesta nota, consideramos como muito provável que, como conclusão desta análise, a RTP1 registe incumprimentos à cláusula 13.ª do CCgSPT.

3.1.4 Análise em Função dos Blocos de Espaço de Publicidade Comercial em Cada Unidade de Hora

Através da análise do ficheiro do Telereport e do GMedia, relativamente aos blocos identificados como espaço de publicidade comercial, identificámos 2 692 situações em que o tempo de publicidade em cada hora de emissão ultrapassa os seis minutos e 474 situações em que o tempo de publicidade em cada hora de emissão ultrapassa os doze minutos, como segue, resumidamente:

Mês	Situações > 6 min		Situações > 12 min	
	Nº	Horas	Nº	Horas
Janeiro	124	16,81	3	0,65
Fevereiro	200	28,10	37	7,85
Março	220	32,47	39	8,52
Abril	238	36,05	54	11,58
Mai	251	37,18	58	12,52
Junho	259	36,32	58	12,52
Julho	298	44,21	73	16,06
Agosto	163	24,13	21	4,46
Setembro	206	30,81	28	12,52
Outubro	304	43,36	52	11,07
Novembro	272	38,93	35	7,39
Dezembro	157	21,66	16	3,34
Total	2 692	390,04	474	108,48

Este quadro sintetiza a nossa análise que se apresenta em detalhe (por mês, por cada dia, por unidade de hora e com destaques - *call-outs* para as cinco situações mais significativas em cada mês) nos mapas do Anexo 2 a este relatório.

A RTP disponibilizou-nos os relatórios mensais de “*Análise sobre cumprimento dos limites de publicidade*” relativos ao exercício de 2006 preparados pela Direcção Comercial, onde são identificadas 159 situações em que o tempo de publicidade em cada hora de emissão ultrapassa os seis minutos e onde não é identificada nenhuma situação em que se ultrapassam doze minutos em cada hora de emissão.

Esta disparidade de situações apuradas na nossa auditoria ,e apuradas pelos serviços internos da RTP poderá decorrer das diferentes metodologias utilizadas, nomeadamente ao nível: (i) da sequência e período definido para as unidades de hora; (ii) da dispensa de coima em caso de violação dos limites de tempo de publicidade prevista no n.º3 do artigo

74.º da Lei 32/2003, a qual, na nossa opinião, não é aplicável à obrigação prevista na cláusula 13ª do CCgSPT.

Atendendo ao descrito neste ponto, consideramos como muito provável que, como conclusão desta análise, e de acordo com a metodologia que seguimos, a RTP1 registe incumprimentos à cláusula 13.ª do CCgSPT, tendo também sido identificadas situações de incumprimento do limite fixado na Lei para os operadores de televisão que não são concessionários do SPT (n.º 4 do artigo 36.º da Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto, que estabelece que o tempo de emissão destinado às mensagens publicitárias e de tevenda, em cada período compreendido entre duas unidades de hora, não pode exceder 20%).

3.1.5 Análise em Função de Cada Período Diário de Emissão

Através da análise do ficheiro do Telereport, procedemos à verificação da aplicação à RTP1 do previsto: (i) no n.º 1 do artigo 36.º da Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto, que estabelece que o tempo reservado às mensagens publicitárias, com exclusão dos blocos de tevendas e de outras formas de publicidade (patrocínio e auto promoções), não pode exceder 15% do período diário de emissão; e (ii) no n.º 4 do artigo 36.º da mesma Lei, que estabelece que o tempo de emissão destinado às mensagens publicitárias e de tevenda, em cada período compreendido entre duas unidades de hora, não pode exceder 20%. Não foram detectadas situações de incumprimento na RTP1 deste limite, fixado na referida Lei para os operadores de televisão que não são concessionários do SPT.

3.1.6 Infracções e Coimas Relativas à Legislação da Publicidade Relativas a Programas e Situações Anteriores a 2006

Através das informações sobre processos judiciais em curso que nos foram disponibilizadas, existem cinco contra-ordenações movidas pelo Instituto do Consumidor, referentes à ultrapassagem dos limites de tempo de publicidade, sendo o total das coimas aplicadas à RTP no valor de 101 250 euros.

3.1.7 Conclusão

Do exposto nos parágrafos 3.1.3 e 3.1.4 anteriores e relativamente ao exercício de 2006, consideramos como muito provável que a RTP1 registe incumprimentos à cláusula 13.ª do CCgSPT.

3.2 Aspectos Formais

3.2.1 Aprovação do PAOSP (número 1 da cláusula 16ª do CCgSPT e número 1 da cláusula 10.ª do CCeSPT)

De acordo com as informações e os elementos solicitados pela BDO e disponibilizados pela RTP SGPS, não existe qualquer evidência da aprovação do PAOSP pelo Ministro das Finanças e pelo Membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social, conforme exigido pelo número 1 da cláusula 16.ª do CCgSPT e pelo número 1 da cláusula 10.ª do CCeSPT. A ausência de aprovação escrita é considerada pela RTP SGPS como uma aprovação tácita.

3.2.2 Atrasos no envio do PAOSP a diversas Entidades (número 1 da cláusula 16ª do CCgSPT e número 1 da cláusula 10.ª do CCeSPT)

3.2.2.1 O PAOSP para 2006 foi submetido ao Ministro das Finanças e ao Membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social com atraso de sete dias em relação à data - limite de 31 de Outubro de 2005, estipulada de acordo com o disposto no número 1 da cláusula 16.ª do CCgSPT e no número 1 da cláusula 10.ª do CCeSPT.

3.2.2.2 O Parecer do ROC sobre o PAOSP foi submetido ao Ministro das Finanças e ao Membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social com atraso de cinquenta dias em relação à data - limite de 31 de Outubro de 2005, estipulada de acordo com o disposto no número 1 da cláusula 16.ª do CCgSPT e no número 1 da cláusula 10.ª do CCeSPT.

3.2.2.3 O Parecer do Conselho de Opinião sobre o PAOSP foi submetido ao Ministro das Finanças e ao Membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social com atraso de trinta e sete dias em relação à data - limite de 31 de Outubro de 2005, estipulada de acordo com o disposto no número 1 da cláusula 16.ª do CCgSPT e no número 1 da cláusula 10.ª do CCeSPT.

3.2.3 Arquivo Audiovisual – Inexistência de Inventário Classificado por Tipo de Interesse (cláusula 11.ª do CCgSPT)

Os Arquivos Audiovisuais de Relevante Interesse Público são os que, como tal, sejam classificados pela Comissão prevista no número 2 da Portaria nº 111/91, de 7 de Fevereiro. Contudo, de acordo com as informações e os elementos solicitados pela BDO e disponíveis, não existe evidência de que a Comissão referida nessa Portaria tenha alguma vez sido efectivamente constituída. Desta forma, a organização de um inventário dos registos classificados como de interesse público e respectiva actualização não tem vindo a ser realizada pela RTP, nos termos previstos no artigo 4.º da referida Portaria.

3.2.4 Versão final do RCOSP (cláusula 18.ª do CCgSPT)

A versão do RCOSP aprovada pela RTP SGPS e submetida às entidades competentes em 31 MAI 07 foi posteriormente modificada no que respeita ao “*Quadro 4 - Análise da exploração na óptica do contrato de concessão*” e ao “*Quadro 6 - Reconciliação com resultados financeiros*”. A diferença de 1 493,3 milhares de euros no resultado do serviço público de televisão entre a versão inicial (9 895,7 milhares de euros) e a versão posterior (8 402,4 milhares de euros), relaciona-se com a correcção do montante dos pagamentos de pensões e de indemnizações, incluídos no objecto de custeio “*Reestruturação/outros*” que, na versão inicial, ascendia a 3 615,1 milhares de euros e que, na versão posterior, ascendem a 5 108,4 milhares de euros. De acordo com as informações e os elementos solicitados pela BDO, a RTP SGPS, em função destas alterações, não emitiu ou submeteu às Entidades competentes a nova versão do RCOSP. Estas alterações têm ainda repercussão em outros quadros importantes, nomeadamente: “*Quadro 15 – Custos diversos (1.8)*”; e “*Quadro 30A -Proporcionalidade da IC*” que, no entanto, não foram alterados pela RTP SGPS. Deste modo, o resultado final do SPT de 2006 (na óptica de exploração) de 8 402 milhares de euros, objecto da nossa auditoria, não se encontra formalmente aprovado.

3.2.5 Atraso no Envio do Parecer do ROC sobre o RCOSP (número 3 da cláusula 18.ª do CCgSPT)

O Parecer do ROC sobre o RCOSP foi submetido ao Ministro das Finanças e ao Membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social com atraso de oito dias em relação à data - limite de 31 de Maio de 2007, estipulada de acordo com o disposto no número 3 da cláusula 18.ª do CCgSPT.

3.2.6 Conselho de Acompanhamento (números 3 e 4 da cláusula 6.^a do CCeSPT)

De acordo com as informações e os elementos solicitados pela BDO e disponibilizados pela RTP SGPS, não foram emitidos os Pareceres do Conselho de Acompanhamento, exigíveis de acordo com o disposto no número 3 da cláusula 6.^a do CCeSPT, nem existem as actas decorrentes das suas reuniões semestrais e/ou extraordinárias previstas no número 4 da cláusula 6.^a do mesmo Contrato.

3.3 Estatuto Editorial, Normas Deontológicas e de Qualidade

No ano de 2006, a RTP não divulgou o seu Estatuto Editorial conjuntamente com o Relatório e Contas, nos termos previstos no n.º 2 do artigo 5.º e n.º 4 do artigo 32.º da Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto. O documento disponibilizado pela RTP intitulado “*RTP Livro de Estilo – Direcção de Informação*”, referente à linha editorial, com os princípios éticos e profissionais que guiam o comportamento jornalístico da televisão pública é datado de Agosto de 2001 e necessita, naturalmente, de uma revisão e actualização. Esta situação é também referida pelo Provedor do Telespectador que, em relação ao alinhamento e agenda das notícias, considera indispensável a publicação de um novo e actualizado Livro de Estilo no qual estejam explicitados os critérios editoriais seguidos. Essa explicitação, no entendimento do Provedor, contribuiria para rebater toda e qualquer acusação de informação oficiosa que, por vezes, ainda ocorre, servindo também, ainda no entendimento do Provedor, para libertar os critérios editoriais de “quase talvez por má consciência ou medo da crítica, não darem o devido relevo à cobertura de acontecimentos por parte das entidades oficiosas”.

3.4 Fiscalização (cláusula 22.^a do CCgSPT e cláusula 13.^a do CCeSPT)

3.4.1 Relatório da Inspeção-Geral de Finanças (IGF) “RTP SGPS, SA – Auditoria às contas do serviço público – 2006”, incluindo o contraditório da RTP SGPS

O relatório da IGF intitulado “RTP SGPS, SA – Auditoria às contas do serviço público – 2006”, apresenta as seguintes principais conclusões e recomendações:

- i. Não foi realizada a auditoria externa prevista na cláusula 23.^a do CCgSPT;
- ii. Não foram aceites pela IGF 8 070 milhares de euros como custos do SPT (despesas de investimento e despesas com pensões e cuidados médicos);

- iii. Não se verificou proporcionalidade entre custo do SPT e respectivo valor de financiamento público;
- iv. A RTP SGPS não dispõe de controlo eficaz dos seus direitos sobre a contribuição para o audiovisual (CAV);
- v. Foram cumpridas as metas de natureza económica, financeira e operacional previstas no ARF, CCgSPT e CCeSPT e respectivo Aditamento;
- vi. Existe falta de transparência na opção de financiamento do edifício da sede;
- vii. Ainda não ocorreu a formalização do protocolo da RTP com IGF, nos termos dos CCSPTs;
- viii. Recomendações: a RTP melhore a apresentação do RCOSP; contabilize o valor das comissões de cobrança da CAV; exija aos clientes que indiquem expressamente a data em que recebem as notas de crédito ou, em alternativa, não deduza IVA; não impute ao custo do SPT despesas de investimento, nem despesas que no passado tivessem concorrido para o cálculo das indemnizações compensatórias; e fundamente os investimentos estratégicos e seus financiamentos face aos princípios da transparência, economia, eficácia e eficiência.

3.4.2 Protocolo a celebrar com a IGF (n.º 3 da cláusula 22.ª do CCgSPT e n.º 3 da cláusula 13.ª do CCeSPT)

Não fomos habilitados com qualquer evidência que tenha sido celebrado o protocolo com a IGF que deveria identificar as obrigações de informação e os procedimentos de recolha e elaboração que permitam à IGF o exercício eficaz da sua competência de fiscalização, conforme previsto nos CCSPTs.

3.5 Auditorias Externas (Cláusula 23.ª do CCgSPT e cláusula 14.ª do CCeSPT)

Foram realizadas auditorias externas regulatórias de 1998 a 2001, não tendo sido realizadas desde 2002 (inclusive). Estas auditorias externas têm genericamente por objecto a verificação do cumprimento das missões de serviço público e a transparência dos fluxos financeiros associados.

3.6 Deliberações da ERC Relativas a Queixas Efectuadas Sobre a RTP SGPS

3.6.1 Introdução

Da análise que efectuámos à totalidade das deliberações proferidas pela ERC relativamente a queixas efectuadas sobre a RTP SGPS, apurámos oito deliberações que se referiam à programação ou acontecimentos ocorridos em 2006, como segue:

Entidade	Data da deliberação	Teor da queixa	Teor da deliberação	Cláusulas do CCSPT (*)
Grupo Parlamentar do PSD	12-06-2006	Queixa do Grupo Parlamentar do Partido Social Democrata contra a RTP, fundamentada na cobertura jornalística das Jornadas Parlamentares do PS e do PSD, qualificada como “discriminação inaceitável e incompreensível no serviço público de televisão”. as Jornadas Parlamentares em questão tiveram lugar nos dias 24 e 25 de Março de 2006 (Partido Socialista) e 27 e 28 de Março de 2006 (Partido Social Democrata).	Improcedente	
Particular	05-12-2007	Jorge Pegado Liz contra a RTP1, relativa à emissão de um sketch de humor satírico sobre “Velhos” inserido no programa Gato Fedorento transmitido pelo operador de serviço público em 14 de Abril de 2006, pelas 21h30, que imputa ao referido sketch incitar os jovens a desprezar e maltratar os idosos, contribuindo para a propagação de ideais que atentam contra a dignidade e os direitos humanos.	Improcedente	
PSD	03-10-2006	Queixa do Partido Social Democrata alegando o desequilíbrio informativo e falta de respeito pelo pluralismo da reportagem da RTP N, transmitida no dia 27 de Junho de 2006 relativa à cobertura da Assembleia Municipal do Porto na questão da transformação do SMAS em Empresa Municipal.	Procedente	Cláusula 5.ª nº 1, nº 2 alínea b); Cláusula 6.ª nº 1 alíneas a) e k);
Partido ecologista	25-10-2006	Queixa subscrita pela Comissão Nacional do Partido Ecologista “Os	Procedente	Cláusula 5.ª nº 1, nº 2 alínea

Entidade	Data da deliberação	Teor da queixa	Teor da deliberação	Cláusulas do CCSPT (*)
"Os Verdes"		Verdes” contra a RTP, por alegada violação do dever de promover uma informação pluralista e isenta. A queixa reporta-se à peça apresentada no Telejornal das 20 horas do Canal 1, de 30 de Março de 2006, relativa ao debate parlamentar sobre a Lei da Paridade.		b); Cláusula 6.ª n.º 1 alíneas a) e k);
Grupo Pestana	25-10-2006	Queixa do Grupo Pestana contra a RTP-Madeira, alegando que os princípios do rigor da informação e do pluralismo não foram cumpridos, referente à reportagem sobre a manifestação sindical junto ao “Pestana Carlton Madeira Hotel”, a 27 de Julho de 2006.	Procedente	Cláusula 5.ª n.º 1, n.º 2 alínea b); Cláusula 6.ª n.º 1 alíneas a) e k);
Particular	06-09-2006	Queixa de Ana Paula Mucavele contra a RTP 1 por utilização de palavra menos apropriada constante da letra de uma música emitida no programa “A Febre de Sábado – 25 Anos”.	Improcedente	
Direcção Regional de Educação de Lisboa	27-07-2006	A Direcção Regional de Educação de Lisboa apresentou em 2 de Junho de 2006 uma queixa à ERC por motivo da transmissão na RTP1, a 30 de Maio de 2006, de uma reportagem intitulada “Quando a violência vai à Escola” alegando discriminação, captação clandestina e oculta de imagens	Procedente	Cláusula 6.ª n.º 1 alíneas d) e l)
Particular	18-07-2007	Queixa de Paulo Cardoso contra a RTP 2 (então, 2:) questionando o horário e classificação do filme “Quase dois irmãos” transmitido no dia 25 de Novembro de 2006.	Procedente	Cláusula 6.ª n.º 1 alíneas d) e l)

(*) Relativamente às queixas procedentes as cláusulas fulcrais estão assinaladas

3.6.2 Queixas Consideradas Procedentes pela ERC

3.6.2.1 Pluralismo, Rigor e Imparcialidade da Informação

Do quadro exposto no ponto anterior verifica-se que a ERC considerou procedentes três queixas que alegavam por parte da RTP um incumprimento das cláusulas 5.^a e 6.^a do CCgSPT, respeitante a contrariar a tendência para a uniformização e massificação da oferta televisiva, assegurando uma programação de qualidade, equilibrada e diversificada, fornecendo uma programação rigorosa, independente e pluralista, garantindo a cobertura noticiosa dos principais acontecimentos nacionais e internacionais.

Em relação à queixa do PSD, a ERC insta à RTP N, conforme os princípios do rigor da informação e do pluralismo político previstos nos números 4 e 6 do artigo 38.º da Constituição da República Portuguesa, na alínea b), número 1 do artigo 10.º e nos artigos 23.º, 46.º e 47.º da Lei da Televisão e na alínea a) do artigo 14.º da Lei nº 1/99, de 13 de Janeiro (Estatuto do Jornalista), *“ao cumprimento destes deveres fundamentais, para garantia da independência, imparcialidade e isenção a que está especialmente obrigada como operador público.”*

Na queixa apresentada pelo Partido Ecologista “Os Verdes”, a ERC insta à RTP a respeitar a autonomia do Grupo Parlamentar, *“...promovendo um tratamento equilibrado das intervenções das diversas forças partidárias, em particular, aquelas com assento parlamentar...”*, em conformidade com os objectivos estipulados no CCgSPT e em cumprimento do dever de pluralismo a que está vinculada nos termos da Constituição e da Lei da Televisão, nos artigos e cláusulas referentes ao pluralismo da informação.

Relativamente à queixa do Grupo Pestana, a ERC recomenda à RTP Madeira, o cumprimento *“do Código Deontológico dos Jornalistas no que respeita à audição das partes com interesses atendíveis”* e *“dos deveres a que, como operadora de serviço público, está obrigada”* e o respeito pelos princípios do rigor da informação e do pluralismo previstos na Constituição, na Lei da Televisão e no Estatuto do Jornalista.

3.6.2.2 Ética de Antena

Do quadro exposto no ponto anterior verifica-se que a ERC considerou procedentes duas queixas que alegavam por parte da RTP um incumprimento da cláusula 6.^a do CCgSPT,

respeitante à submissão de ética de antena que recuse a exploração do sexo e atente contra a dignidade humana e os demais direitos fundamentais sem qualquer forma de exclusão social e étnica.

A ERC considera que o recurso a câmara oculta na reportagem “*Quando a violência vai à Escola*” se mostrou desadequado e abusivo, violando direitos fundamentais dos alunos captados por essas câmaras e induzindo, além disso, a comportamentos discriminatórios, recomenda o cumprimento dos deveres que lhe incumbem em matéria de rigor informativo, gravemente postos em causa na reportagem, pela apresentação de uma “verdade” sobre a violência nas escolas, sem contextualização nem direito a contraditório e que proceda a uma reflexão aprofundada sobre a compatibilização da liberdade de programação e do direito de informar com os direitos de personalidade dos cidadãos, nomeadamente de menores, lesados pela reportagem em causa, a reportagem inculcou, ainda que involuntariamente, a imagem de que a violência nas escolas era cometida, maioritariamente, por indivíduos de raça negra violando o princípio fundamental de não discriminação.

Na queixa apresentada por Paulo Cardoso questionando o horário e classificação do filme “*Quase dois irmãos*”, a ERC considera que a transmissão do filme em causa, respeitando embora o horário imposto no número 2 do artigo 24º da Lei da Televisão, não cumpriu, contudo, a exigência de identificação visual apropriada, constante do mesmo preceito, dada a carga de violência verbal e comportamental nele patente, instaurar processo contra -ordenacional contra a RTP, por violação do n.º 2 do artigo 24.º da Lei da Televisão.

3.6.3 Processos Movidos pela ERC à RTP SGPS Relativos a Programas e Situações Anteriores a 2006

A lista de processos judiciais em curso no final do exercício de 2006 disponibilizada da RTP, contém 18 processos movidos pela ERC à RTP, como segue:

(em euros)					
<i>Nº Proc</i>	<i>Espécie</i>	<i>ANO</i>	<i>Observações (RTP)</i>	<i>Valor reclamado</i>	<i>Valor Provisão RTP em 2006</i>
AGO05PUB01-TV/CO	Contra-ordenação	2005	AACS deliberou instaurar procedi/o contra por transmissão do programa "Mourinho - Ganhe Como Eu" (alegada violação do CP relativa a programas patrocinados). Apresentada defesa e inquiridas testemunhas. Condenação da ERC. Impugnada judicial/. Aguarda.	3 491 585	44 892
JAN05PROG01-TV	Contra-ordenação	2005	Relativo à transmissão do filme "Danos Colaterais" sem bolinha. AACS acusou. Apresentada defesa escrita. Aguarda. O valor acima indicado reflecte o facto de serem imputados à RTP 2 contra-ordenações (leve e grave).	187 500	7 500
MAI05PROG18-TV	Contra-ordenação	2005	Relativa à transmissão do filme "Os Imortais" sem bolinha + horário de transm. Deliberação AACS instaurar procedimento. Apresentada defesa escrita e arroladas testemunhas (Director RTP e Realizador do filme), a serem ouvidas em 13-10-05. Aguarda.	187 500	-
OUT03PROG39-TV/CO	Contra-ordenação	2003	Contra-ordenação não exibição bolinha vermelha transmissão filme "Ciúmes" Teve origem em queixa apresentada pelo ICS contra RTP2. AACS acusou em 21.5.04. Apresentada defesa em 8.6.04. Aguarda.	99 760	20 000
JAN02PROG02-TV/CO	Contra-ordenação	2002	Contra-ordenação não exibição bolinha vermelha filme "Sapatos Pretos". AACS acusou em 3.10.02. Apresentada defesa em 21.10.02. AACS deliberou aplicar coima de € 9.975,96 (mínimo). Deu origem a notícia jornal. Impugnada decisão em 19.03.03. Aguarda.	99 760	20 000
OUT02PROG47-TV	Contra-ordenação	2002	Contra-ordenação não exibição bolinha vermelha transmissão filme "Fargo". Queixa de telespectador. AACS acusou em 19.2.03. Apresentada defesa em 6.3.03. Aguarda.	99 760	20 000
JUN05PROG21-TV	Contra-ordenação	2005	Relativa à transmissão do filme "Eraser" sem bolinha. Queixa do ICS. Foi remetida AACS cassete com o filme e comunicação escrita. Deliberação início procedimento contra-ordenacional. Apresentada defesa escrita. Inquiridas testemunhas arroladas. Aguarda.	37 500	7 500
JUL05PROG30-TV/CO	Contra-ordenação	2005	A "2" transmitiu filme "As Lágrimas do Tigre Negro" sem difusão permanente do identificativo visual (bolinha). Valor da acção corresponde ao montante máximo da coima a aplicar em abstracto. Apresentada Defesa. Inquiridas testemunhas. Aguarda.	37 500	-
DEZ01IND01/CO	Contra-Ordenação	2001	Contra-ordenação. A RTP contestou e aguarda-se a inquirição de testemunhas pela instrutora do processo na AACS. Inquirição de testemunhas em 16-01-04. Aguarda decisão.	37 500	7 500

<i>Nº Proc</i>	<i>Espécie</i>	<i>ANO</i>	<i>Observações (RTP)</i>	<i>Valor reclamado</i>	<i>Valor Provisão RTP em 2006</i>
FEV04PROG14-TV	Contra-ordenação	2004	Bolinha 45 min. após início filme "O Assassinato no Comité Central". Origem em queixa apresentada ICS contra RTP2. AACS acusou em 10-4-05. Processo foi-nos transmitido em 08.04.05, pelo que não se apresentou defesa. Aguarda para impugnar.	37 500	-
FEV04PROG14-TV/CO	Contra-ordenação	2004	Contra-ordenação bolinha vermelha apenas 41 min. após início filme "Infidelidade". RTP alegou falha humana e reconheceu infracção AACS acusou em 28.4.04. Apresentada defesa em 11.5.04. Aguarda.	37 500	7 500
8-C/04 RTP	Contra-ordenação	2004	Relativa a spot publicitário relativo à transmissão do filme "Larry Flint". Queixa apresentada por telespectador. Direcção de Programas enviou posição da RTP face aos factos em Fev. 04. Ainda não fomos notificados de acusação pela AACS.	37 500	7 500
30-C/03 RTP	Contra-ordenação	2003	Queixa de Paulo Manuel Pina Santos Cardoso contra RTP2 por alegadas violações do artigo 21.º Lei Televisão (tem a ver com exibição do filme "Cecil B. Demente" com processo autónomo registado). Importantes os votos contra dos membros da AACS.	37 500	7 500
OUT05PROG39-TV/CO	Contra-ordenação	2005	Desrespeitado dever de colaboração, apesar de ter sido notificada duas vezes para apresentar cópia do filme "Duas", passado na "2". Valor da acção corresponde ao montante máximo da coima a aplicar. Apresentada Defesa. Aguarda	14 964	-
DEZ02PROG58-TV	Contra-ordenação	2002	Contra-ordenação não exibição bolinha vermelha transmissão filme "Cecil B. Demente". Queixa de telespectador. AACS acusou em 11.12.03. Apresentada defesa em 8.1.04. Aplicada coima de € 10.000,00 em 19.5.04. Impugnada em 21.06.04. Aguarda.	10 000	10 000
OUT04PROG40-TV	Contra-ordenação	2004	Queixa ICS programa "Trilogia da Vida" na série Bastidores. Processo em fase muito inicial. Concedidos 10 dias para informação. Prazo largamente ultrapassado porque processo nos foi entregue mais tarde. Aguarda Acusação para exercício direito de defesa.	-	-
ABR06PROG06-TV	Contra-ordenação	2006	Deduzida Oposição a queixa apresentada por particular relativa a sketch "Velhão" (Gato Fedorento). Aguarda eventual instauração de processo contra-ordenacional.	-	-
1/80/AACS/2002	Contra-Ordenação	2002	Contra-ordenação. A RTP contestou. Notificação dos autos de inquirição de testemunhas. 16/11/2006 junção de subestabelecimento aos autos.	-	37 410

3.6.4 Conclusão

Os aspectos anteriormente evidenciados neste ponto 3.6 respeitam, em termos globais, a incumprimentos pontuais que não afectam o cumprimento global pela RTP das suas obrigações legais e contratuais sobre estas matérias.

3.7 Relatório do Provedor do Telespectador

Sintetizamos em seguida os principais aspectos contidos no relatório preparado, nos termos da Lei, pelo Provedor do Telespectador (adiante designado por Provedor):

- ❑ O relatório reporta-se apenas a cinco meses (Agosto a Dezembro de 2006);
- ❑ Tendo disponibilizado um endereço electrónico e uma morada, o Provedor recebeu 9 502 mensagens (9 120 recebidas por e-mail e 382 recebidas por correio), as quais foram respondidas em cerca de 52%. A maioria das mensagens recebidas assume a forma de crítica negativa a propósito da discordância por critérios seguidos na produção ou exibição de conteúdos;
- ❑ A partir de 16 de Setembro de 2006, o Provedor passou a ter um programa semanal chamado a “*Voz do Cidadão*” com a duração mínima de 15 minutos. Este programa visa a transmissão de matérias da competência do Provedor, a emitir em horário adequado;
- ❑ As críticas por parte dos telespectadores que, pela pertinência do seu teor, foram formalmente consideradas pelo Provedor, sistematizam-se, como segue:

Entidade	Data da deliberação	Teor da queixa	Cláusulas do CCSPT (*)
Particular	01.08.06	Emissão de uma reportagem sobre o circuito interno de televisão do Hospital Padre Américo	-
Particular	05.08.06	Emissão de uma prova de automobilismo na qual não foram incluídos os concorrentes posicionados em 2º lugar alegadamente por estes não terem concordado efectuar pagamentos para o efeito à empresa produtora externa da RTP encarregada da cobertura da prova	Alínea b) do ponto 2 da cláusula 5.ª
Particular	22.09.06	Infracções ao regulamento do concurso Festival da Canção Júnior	-
SITAM	09.11.06	Presença de representantes da ACIF e do empresário António Henriques aquando da discussão de assuntos relacionados com representantes do sindicato, sem igualmente estes estarem presentes	Alínea b) do ponto 2 da cláusula 5.ª
Câmara de Monção	27.11.06	Ausência de cobertura pela RTP da cerimónia de atribuição a este Município do Prémio Internacional El Batefuego del Oro	Alínea e) do ponto 1 da cláusula 6.ª
Particular	31.11.06	Problemas técnicos durante a transmissão da mensagem ao país do Presidente da República anunciar a marcação do próximo referendo sobre a IVG	Cláusula 9.ª

Entidade	Data da deliberação	Teor da queixa	Cláusulas do CCSPT (*)
PCP	23.12.06	Na reportagem sobre a sindicância da CML aos serviços de Urbanismo apenas foram ouvidos os representantes do PS e do BE, tendo sido excluído o representante do PCP	Alínea b) do ponto 2 da cláusula 5. ^a

- As conclusões do Provedor sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, alvo de crítica dos telespectadores sistematizam-se, como segue:
- i. O programa Prós e Contras foi colocado na Direcção de Programas e não na Direcção de Informação: O Provedor concordou que seria mais expectável incluir o Prós e Contras na Direcção de Informação pois trata-se de um programa de debate e informação. No entanto, aquando da sua criação, o programa tinha outro nome (Gregos e Troianos) e o seu formato encaixava nos programas-espectáculo (alínea b) do n.º 2 da cláusula 5.^a e alínea k) do n.º 1 da cláusula 6.^a do CCgSPT);
 - ii. A RTP SGPS, estação de serviço público, possui serviços em sinal fechado (RTP África, RTP N, RTP Memória): O Provedor considerou não ter competências para se pronunciar;
 - iii. Os jogos internacionais da Liga dos Campeões não são transmitidos internacionalmente (alínea m) do n.º 1 da cláusula 6.^a do CCgSPT): Sobre esta questão, o Provedor tem referido que a explicação se deve ao facto de que cada país só tem direitos para transmitir esses jogos sobre o território nacional;
 - iv. A escolha das personalidades a incluir em programas de debate privilegia figuras ideologicamente na área do “bloco central”, minorizando personalidades de outras áreas ou movimentos sociais: Sobre esta questão, o Provedor referiu o cuidado que a Direcção de Programas e de Informação ou os coordenadores responsáveis pelos conteúdos devem ter na escolha dos participantes, respeitando a pluralidade do universo da opinião pública portuguesa e garantindo a expressão da opinião livre a todos os cidadãos. Tendo consciência que nem sempre é exigível a presença de todos os representantes de partidos políticos com assento na Assembleia da República, o Provedor considerou que a RTP não pode esquecer que está sujeita ao compromisso de garantir o pluralismo de ideias, valores, religiões ou outras opções de vida de acordo com o disposto na alínea b) do n.º 2 da cláusula 5.^a do CCgSPT;
 - v. Integração da mensagem do Presidente da República sobre a marcação da data do próximo referendo sobre a IVG no Telejornal, mantendo este o seu formato: Sobre esta questão, o Provedor discordou do tratamento dado pela Direcção de Informação, na medida em que, “todos os meios de comunicação audiovisual”

anunciaram que iriam transmitir a comunicação do Presidente da República como mensagem especial e não como uma simples peça de noticiário. A seu ver, as críticas dos telespectadores revelaram-se pertinentes pois concorda que o Presidente da República requer um tratamento especial, ainda que não tenha certeza que tal facto se deva ao disposto na alínea i) do ponto 2 da cláusula 5.^a do CCgSPT.

- As recomendações do Provedor podem ser sintetizadas como segue:
 - i. Horários da Programação: o Provedor refere que a RTP deve tornar-se exemplar no cumprimento dos horários dos programas e da grelha anunciada (n.º 1 da cláusula 5.^a do CCgSPT). Para o público, sensível a este assunto, é quase “imperdoável” o não cumprimento horário ou da grelha anunciada. O Provedor considera que estas duas situações apenas devem ocorrer por “motivos fortes de actualidade e de importância relevante”, salientando que o não cumprimento pode acabar por ser interpretado como contra-programação, acção condenável quando praticada por uma estação de serviço público;
 - ii. Repetições de Programas: o Provedor considera que estas devem ser sempre destacadas. Ao mesmo tempo, concorda que deveria ser dado a conhecer ao público as “lógicas que presidem à concepção, planificação e execução de programas”. Sublinha ainda que existe a sensação de “um amontoado de programas em que cada programa obedece, efectivamente, a uma determinada lógica e intenção, mas padece da falta de uma compatibilização global perceptivelmente coerente” (n.º 1 da cláusula 5.^a do CCgSPT e n.ºs 1 e 3 da cláusula 5.^a do CCeSPT);
 - iii. Audiências: Se, por um lado, questiona qual o sentido de fazer uma televisão sem elas, por outro, o Provedor reconhece que a RTP não deve submeter-se à “ditadura das audiências” e traçar a política de conteúdos com vista à sua obtenção directa (alínea a) do ponto 1 da cláusula 6.^a do CCgSPT). Este ponto, esclarecendo a lógica de ordenação do horário, leva-o à próxima recomendação;
 - iv. Início Tardio de Programas: O Provedor refere os telespectadores que se queixam do “início tão tardio de séries e filmes na programação do serão televisivo”, justificando que tal se deve ao facto de que, pela Lei, alguns conteúdos de natureza mais erótica ou violenta apenas podem passar depois das 23 horas (alínea l) do n.º 1 da cláusula 6.^a do CCgSPT). É também reconhecida uma necessidade de revisão de tempo e horário de programas como o Ela por Ela, Os Grandes Portugueses e o Prós e Contras, este último considerado um programa de efectivo serviço público, tanto por telespectadores como por críticos da área;

- v. Programação Cultural e Científica: presente maioritariamente nas grelhas da A2 e da RTP N, o Provedor considera que deveria ter um maior espaço de divulgação na RTP1, canal de referência para a maior parte dos telespectadores. Uma vez que este tipo de programas não tem grande visibilidade junto do público nestes canais, a RTP1 poderia apresentar-se como alternativa compensando essa pouca visibilidade, mesmo que através da repetição da programação da A2 e da RTP N, de acordo com o disposto na alínea b) da cláusula 6.^a do CCgSPT;
- vi. Público Jovem e Infantil: A fraca existência de programação destinada ao público mais jovem é também alvo de crítica por parte do Provedor, que considera existir um “vazio de programação” destinada aos mais novos, que apenas possuem a programação da A2 (programa Zig-Zag) e o programa “Pica”, com a presença de jovens em antena. O Provedor recomenda uma maior programação destinada aos jovens, de acordo com o disposto na alínea h) do ponto 1 da cláusula 6.^a do CCgSPT;
- vii. Transmissão de Jogos de Futebol: Uma parte dos telespectadores considera que constitui obrigação da RTP enquanto televisão que presta serviço público, a transmissão de jogos do Campeonato Nacional. Do mesmo modo, a transmissão da Fórmula 1 é interpretada por muitos como fazendo parte da grelha tradicional da RTP1. A inexistência de programação desportiva com outras modalidades é criticada, apesar das tardes de desporto da A2. Relativamente a este tema e de acordo com a alínea f) do ponto 1 da cláusula 6.^a do CCgSPT, o Provedor recomenda que lhe seja prestada alguma atenção, na medida em que a ausência de outros desportos na grelha de programação da RTP1 é notória;
- viii. Deficiências de Recepção de Sinal: As deficiências técnicas que ocorrem na recepção por defeito na rede de distribuição do sinal são também motivo de queixa de telespectadores que se sentem discriminados. De acordo com a cláusula 9.^a do CCgSPT, a RTP encontra-se obrigada a assegurar, progressivamente, a integral cobertura do território nacional. Uma vez que os telespectadores em causa “não querem ter de esperar”, o Provedor recomenda a resolução rápida deste problema;
- ix. Identidade Nacional: Reforçando a ideia de que é importante “assegurar a presença de Portugal junto dos portugueses e até de outros povos dispersos pelo mundo”, o Provedor recomenda a revisão da política de programação e informação dos canais internacionais. Enquanto que na RTP África existe uma “lógica muito mais perceptível”, na RTP Internacional devem ser revistos os princípios orientadores, devendo as entidades com “responsabilidade da imagem de Portugal no mundo” aliar-se à RTP de modo a criarem uma programação mais específica de cada país/região, cumprindo o disposto na alínea m) do ponto 1 da

cláusula 6ª do CCgSPT. Da mesma forma, também a RTP Madeira e RTP Açores não devem ser esquecidas;

- x. Imparcialidade: Outra questão também bastante apontada pelos telespectadores é a imparcialidade por parte dos profissionais da RTP no tratamento das diferentes notícias e pessoas presentes em emissão. O Provedor recomenda que seja tido em conta o respeito pelos princípios do pluralismo político, religioso, social e cultural e que seja dado um acesso igual a todos os telespectadores, independentemente da sua ideologia, partido, religião, cultura ou etnia, de acordo com o disposto no ponto 1 da cláusula 5ª do CCgSPT;
- xi. Língua Portuguesa: Quanto ao tratamento da Língua Portuguesa, alvo de crítica por parte de telespectadores que apontam a necessidade de maiores cuidados tanto ao nível da escrita como da oralidade, o Provedor refere a existência do programa Cuidado com a Língua (por sinal bastante elogiado pelos telespectadores) e da sua rubrica Falar Bom Português, não deixando de recomendar que sejam prestados maiores cuidados com a Língua Portuguesa, quer falada pelos profissionais da RTP, quer escrita, através da legendagem de filmes, séries ou reportagens estrangeiras e *tickers* que passam em rodapé (alínea a) do n.º 2 da cláusula 6ª do CCgSPT);
- xii. Alinhamento das Notícias: Por último e em relação ao alinhamento e agenda das notícias, o Provedor considera indispensável a publicação de um novo e actualizado Livro de Estilo no qual estejam explicitados os critérios editoriais seguidos pela RTP. Essa explicitação contribuiria para rebater toda e qualquer acusação de informação oficiosa que, por vezes, ainda ocorre, servindo também para libertar os critérios editoriais de, “quase talvez por má consciência ou medo da crítica, não darem o devido relevo à cobertura de acontecimentos por parte das entidades oficiais” (alínea c) do n.º 2 da cláusula 5ª do CCgSPT).

Em conclusão, os aspectos anteriormente evidenciados neste ponto 3.7 respeitam, em termos globais, a incumprimentos pontuais que não afectam o cumprimento global pela RTP das suas obrigações legais e contratuais sobre estas matérias.

3.8 Protocolo RTP/SIC/TVI celebrado em 19 de Setembro de 2003 e respectiva Adenda de 15 de Fevereiro de 2005

Não foram detectados incumprimentos por parte da RTP, no que respeita ao protocolo celebrado com a SIC e a TVI em 19 de Setembro de 2003 e respectiva Adenda de 15 de Fevereiro de 2005, referindo-se que, na globalidade, este protocolo define compromissos ao nível da SIC e da TVI.

3.9 Elementos Solicitados e Não Disponibilizados

Até à data de emissão deste Relatório não foram disponibilizados pelo Conselho de Opinião os Pareceres previstos na alínea e) do n.º 1 do artigo 21.º da Lei n.º 2/2006, de 14 de Fevereiro:

- ❑ Parecer sobre o CCgSPT e respectivo Aditamento;
- ❑ Parecer sobre o CCeSPT;
- ❑ Parecer sobre o Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, celebrado entre o Estado Português e a RTP SA, em 25 de Março de 2008.

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 1

Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do Serviço Público de Televisão e Respective Resultados

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2

Análise em Função dos Blocos de Espaço de Publicidade Comercial em Cada Unidade de Hora

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA									
FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respetivos Custos do Serviço Público nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa									
CAPÍTULO 2 - Análises Globais Relativas à Avaliação do Cumprimento das Missões de Serviço Público de Televisão Constantes nos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão									
ANEXO L.1 - Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do SPT e Respetivos Resultados do CCGSPT e Aditamento									
MISSÃO	CCGSPT (*)			CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	LIMITAÇÃO		
	C	Nº	A						
CCGSPT									
A	Obrigações Gerais da Concessão	5ª							
A.1	A RTP deve assegurar uma programação de qualidade, equilibrada e diversificada, que contribua para a formação cultural e cívica dos telespectadores, promovendo o pluralismo político, religioso, social e cultural, e o acesso de todos os telespectadores à informação, à cultura, à educação e ao entretenimento de qualidade	5ª	1	1 Existência de eventuais prémios nacionais e internacionais atribuídos à RTP (à sua programação e aos seus profissionais)	Prémios atribuídos a documentários (4), séries (2), reportagens (2), spots promocionais (1) e personalidades da RTP (1)				
				2 Existência de eventuais prémios nacionais e internacionais atribuídos a programas comprados pela RTP	Prémios atribuídos a documentários (4), séries (2), reportagens (2), spots promocionais (1) e personalidades da RTP (1)				
				3 Avaliação da grelha de programação tendo em conta a sua diversidade	Grelha diversificada que respeita o disposto no nº1 cláusula 5ª; RTP1 emitiu mais informação diária tal como RTP N e RTP Madeira. Os restantes canais (com excepção da A2: emitiram maioritariamente programas recreativos (fonte: Anuário))				
				4 Comparação com as grelhas de programação da SIC, da TVI e de outros operadores de serviço público	RTP1 apresenta mais programação de divertimento e informação em comparação com os restantes canais				
				5 Análise da diversidade e fidelização de audiências, e receptividade destas à grelha de programação	RTP1: aumento da audiência em 2006 para 24,5% share. Os canais do Grupo RTP distribuídos em Portugal continental registaram um crescimento pelo 5º ano consecutivo (fonte: RCOSP).	Em 2006, segundo a Markttest, a TVI foi o canal que obteve o maior share de audiências (30%), seguindo-se a SIC (26,2%), a RTP1 (24,5%) e a A2: (5,4%). Os suportes vídeo/outras registaram uma quota de audiências de 14%. (fonte: Anuário)			
				6 Avaliação dos objectivos a que os programas se propõem e sua coincidência (ou não) com a presente missão	(i) Os boletins informativos "Bom dia Portugal", "Jornal da Tarde", "Portugal em Directo" e "Telejornal" excedem os 30 minutos de duração; (ii) O "Portugal em Directo" procura dar mais atenção às pessoas e aos assuntos e realidades de cada terra. É uma forma de complementar o "Telejornal", dando importância a outras situações.	(i) Os boletins informativos "Bom dia Portugal", "Jornal da Tarde", "Portugal em Directo" e "Telejornal" têm uma interrupção por programa para fins comerciais.			
				7 Existência de estudos qualitativos sobre a satisfação das emissões		Relatório do CO: Recomenda à RTP que sejam realizados estudos e criados critérios de análise qualitativa/quantitativa de programação, a exemplo das congéneres europeias.			
				8 Análise de eventuais queixas feitas à Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACS, actual ERC) e Gabinete para os Meios de Comunicação Social (GMCS) e as respectivas deliberações e relatórios		Existem 3 deliberações alegando falta de rigor, qualidade e pluralismo por parte da RTP			
				9 Análise do parecer do Conselho de Opinião (CO) sobre o PAOSP de 2006		Considerações/sugestões do CO: (i) sugestão alteração modelo de apresentação do PAOSP (modelo actual não permite apreciar em conformidade); (ii) apoio da renovação tecnológica; (iii) defende resposta rápida ao défice do serviço público; (iv) deseja que, através das novas tecnologias digitais, se promova a educação e o desenvolvimento da Sociedade de informação; (v) incentiva a cooperação com Guiné Bissau; e (vi) propõe que sejam proporcionados estudos e criados critérios de análise qualitativa e quantitativa de programação			
				10 Análise de eventuais notícias da comunicação social que envolvam críticas ou apreciações relativas à RTP e sua programação	Na pesquisa efectuada na internet, não foram encontradas informações				
				11 Verificação da existência de normas internas relativas ao cumprimento de qualidade (Livro de Estilo)	Livro de Estilo contém linha editorial (Estatuto editorial) e princípios éticos e deontológicos, bem como requisitos para a realização de um serviço público de qualidade	Livro de Estilo não se encontra actualizado			
				12 Análise das conclusões vertidas no relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão (SPT)	Telereport: (ii) Existe espaço para pequenas entrevistas, assim como "As notas soltas de António Vitorino" cuja emissão é de 0,67% das horas de informação emitidas. No que se refere a entrevistas de maior duração (entre 25/30 minutos), a RTP transmite "As escolhas de Marcelo Rebelo de Sousa" que representam 1,25% das horas emitidas. Para finalizar as entrevistas de carácter irregular ou excepcional são designadas como "Debate da Nação" as quais representam 0,37% das horas de emissão, "Grande entrevista" com 0,74% e "Grande entrevista-Açores" com 0,12%; (iii) O programa "Pós e Contrás" é o programa de debate sobre assuntos da actualidade, este programa passa semanalmente, contudo durante os meses de Verão e durante 4 semanas ocasionalmente o programa não foi emitido. Este programa representa 4% das emissões; (vi) "A Voz do cidadão" é um programa que começou a ser emitido pela RTP1 a 16 de Setembro de 2006 e pela A2: a 17 de Setembro de 2006, nos dois canais foram transmitidas cerca de 7horas.	Telereport: (i) Não foram identificados boletins de informação para crianças e jovens; (iv) Neste campo existem vários programas de emissão pontual que representam cerca de 1,65% da emissão; (v) Neste campo existem vários programas de emissão pontual que representam cerca de 1% da emissão			
				13 Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente a conteúdos que não se revistam de qualidade nem contribuam para a formação cultural e cívica dos telespectadores, no âmbito da Lei nº 2/2006		Incumprimento de horários e da grelha anunciada; não identificação da repetição de programas; necessidade de revisão do tempo e horário dos programas de debate			
				14 Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006					
				15 Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006					
				16 Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC		Relatório não conclusivo			
				17 Análise do Relatório do Tribunal de Contas de 2005	O relatório do Tribunal de Contas recomenda que a RTP "no âmbito, também, da revisão do contrato de concessão, deve promover iniciativas no sentido de auscultar o nível de satisfação dos telespectadores sobre a qualidade do serviço público prestado". Esta recomendação foi acolhida pois "foram implementadas várias medidas nesta vertente, de que se destacam, o serviço integrado de apoio ao espectador, criado em finais de 2003 e a instituição dos Provedores do Telespectador e do Ouvinte do SP de Rádio e Televisão que se encontra em vias de aprovação, pela Assembleia da República.				
A.2	A RTP deve fornecer uma programação pluralista e que tenha em conta os interesses das minorias e a promoção da diversidade cultural	5ª	2 a)	1 Análise da transmissão física (cobertura) da emissão da RTP					
				2 Análise da programação exibida segregada por género e origem	De acordo com telereport, a RTP1 emite maioritariamente programas de produção nacional e do género Divertimento e Informação.				
				3 Análise de audiências (classes, sexos, idades, regiões, etc)	ERC: A RTP1 é o canal de televisão preferido das faixas etárias acima dos 64 anos. O seu tempo de visionamento situou-se muito perto do da SIC. RCOSP: RTP alcançou um equilíbrio na distribuição do share por sexos. Obteve os seus melhores resultados junto das classes A/B e D e nas regiões da Grande Lisboa e do Grande Porto	ERC: Nível de audiências inferior ao da concorrência nas camadas mais jovens. Audiência abaixo das dos principais concorrentes (SIC e TVI). No interior é a SIC quem mais audiências capta e no Sul a TVI. RCOSP: RTP perdeu quota de audiência junto do público infantil.			
				4 Comparação da cobertura da RTP com a cobertura da SIC e TVI					
				5 Análise da diversidade e fidelização de audiências, e receptividade destas à grelha de programação	ERC: A RTP1 é o canal de televisão preferido das faixas etárias acima dos 64 anos. O seu tempo de visionamento situou-se muito perto do da SIC. RCOSP: RTP alcançou um equilíbrio na distribuição do share por sexos. Obteve os seus melhores resultados junto das classes A/B e D e nas regiões da Grande Lisboa e do Grande Porto	ERC: Nível de audiências inferior ao da concorrência nas camadas mais jovens. Audiência abaixo das dos principais concorrentes (SIC e TVI). No interior é a SIC quem mais audiências capta e no Sul a TVI. RCOSP: RTP perdeu quota de audiência junto do público infantil.			
				6 Avaliação dos objectivos a que os programas se propõem e sua coincidência (ou não) com a presente missão	Foram emitidos alguns programas sobre migração, com vista à promoção da diversidade cultural.	A percentagem de programas com vista à promoção da diversidade cultural é bastante pequena			
				7 Existência de estudos qualitativos sobre a satisfação das emissões		Relatório do CO recomenda à RTP que sejam realizados estudos e criados critérios de análise qualitativa/quantitativa de programação, a exemplo das congéneres europeias.			
				8 Análise de eventuais queixas feitas à Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACS, actual ERC) e Gabinete para os Meios de Comunicação Social (GMCS) e as respectivas deliberações e relatórios					
				9 Análise de eventuais notícias da comunicação social que envolvam críticas ou apreciações relativas à RTP e sua programação	Na pesquisa efectuada na internet, não foram encontradas informações				
				10 Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente a programação que não tenha em conta os interesses das minorias nem promova a diversidade cultural, no âmbito da Lei nº 2/2006		Alguma parcialidade por parte dos profissionais da RTP no tratamento das diferentes notícias e das diversas pessoas presentes em emissão			
				11 Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006		Tratamento privilegiado dado à Igreja Católica			
				12 Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006					
				13 Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC		Relatório não conclusivo			

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA										
FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respetivos Custos do Serviço Público nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa										
CAPÍTULO 2 - Análises Globais Relativas à Avaliação do Cumprimento das Missões de Serviço Público de Televisão Constantes nos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão										
ANEXO 1.1 - Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do SPT e Respetivos Resultados do CCGSPT e Aditamento										
	MISSÃO	CCGSPT (*)			CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	LIMITAÇÃO		
		C	Nº	A						
A.3	A RTP deve proporcionar uma informação rigorosa, independente e pluralista	5º	2	b)	1	Verificação da existência de um código deontológico / estatuto editorial em prática na RTP e da deliberação da AACS (actual ERC) sobre este estatuto	Existência de um guia interno que reja os procedimentos dos trabalhadores da RTP (Livro de Estilo)	O Livro de estilo encontra-se desactualizado pois data de 2001. Enquanto estatuto editorial, o Livro de Estilo deveria ser submetido à entidade reguladora e publicado, o que não tem acontecido.		
					2	Verificação do cumprimento de determinadas regras deontológicas definidas internamente (Livro de Estilo)	Este ponto é avaliado pelas queixas/mensagens enviadas ao Provedor do Telespectador e/ou queixas efectuadas à/pela AACS (actual ERC)			
					3	Análise do Estatuto dos Jornalistas (Lei nº 1/1999)	Este ponto é avaliado pelas queixas/mensagens enviadas ao Provedor do Telespectador e/ou queixas efectuadas à/pela AACS (actual ERC)			
					4	Relativamente aos programas de informação, verificação do cumprimento do estatuto editorial	Este ponto é avaliado pelas queixas/mensagens enviadas ao Provedor do Telespectador e/ou queixas efectuadas à/pela AACS (actual ERC)			
					5	Análise global do sistema da programação de informação da RTP, avaliando a sua conformidade com a missão	Este ponto é avaliado pelas queixas/mensagens enviadas ao Provedor do Telespectador e/ou queixas efectuadas à/pela AACS (actual ERC)			
					6	Análise de eventuais queixas feitas à (ou por): AACS (actual ERC), Instituto de Defesa do Consumidor/Ambiente, GMCS		Existem 3 deliberações alegando falta de rigor, qualidade e pluralismo por parte da RTP		
					7	Análise de eventuais notícias da comunicação social que envolvam críticas ou apreciações relativas à falta de rigor, imparcialidade e pluralismo na RTP e sua programação		Na pesquisa efectuada na internet, não foram encontradas informações		
					8	Análise das actas do Conselho de Administração, averiguando a existência de políticas, determinações ou outra informação relativa a esta missão				
					9	Análise dos critérios anteriores com aplicação quer à utilização própria de informação quer à sua cedência ao mercado				
					10	Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC				
					11	Análise de eventuais processos judiciais instaurados contra a RTP relativamente a esta missão		relatório não conclusivo		
					12	Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à prestação de informação que não se tenha revelado rigorosa, independente ou pluralista, no âmbito da Lei nº 2/2006		1 processo judicial contra a RTP por transmissão do programa "Mourinho - Ganhe como eu", alegando violação do Código de Publicidade relativo a programas patrocinados, no montante de 3 491 585 Eur, cuja provisão constituída pela RTP ascendeu a 44 891.81 Eur O relatório do Provedor refere a apresentação de queixa formais relativas: (i) à emissão de uma prova de automobilismo na qual não foram incluídos os concorrentes posicionados em 2º lugar alegadamente por estes não terem concordado efectuar pagamentos para o efeito à empresa produtora externa da RTP encarregada da cobertura da prova; (ii) à presença de representantes da ACIF e do empresário António Henriques em antena quando da discussão de assuntos relacionados com representantes do sindicato, sem igualmente estes estarem presentes; (iii) à reportagem sobre a sindicância da CML aos serviços de Urbanismo, na qual apenas foram ouvidos os representantes do PS e do BE, tendo sido excluído o representante do PCP. Em relação à 1ª, o director de programas suspendeu o programa em questão. Em relação à 2ª, o director do canal reconheceu o erro e assegurou que iria garantir a presença em antena dos responsáveis do SITAM num novo programa. Em relação à 3ª, o Provedor recebeu uma carta do queixoso na qual dizia que este se encontrava satisfeito com a explicação que recebeu do director de programas.		
					13	Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006		A escolha das personalidades a incluir em programas de debate privilegia figuras ideologicamente na área do "bloco central", menorizando personalidades de outras áreas ou movimentos sociais - Sobre esta questão, o Provedor referiu o cuidado que a Direcção de Programas e de Informação ou os		
					14	Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006				
A.4	A RTP deve garantir a cobertura noticiosa dos principais acontecimentos nacionais e internacionais	5º	2	c)	1	Definição de "principais acontecimentos": acontecimentos considerados de interesse geral, mas não necessariamente com grande impacto no público espectador	Os temas mais noticiados são comuns aos três canais (rtp1, sic e tv), embora não pela mesma ordem: Política Nacional, Ordem Interna, Desporto e Assuntos Internacionais, isto é, a valorização editorial destes temas é diferenciada (fonte: ERC)			
					2	Com base na definição anterior, verificação de que a informação noticiada é provida de isenção, rigor, pluralismo e de que se encontra contextualizada	Este ponto é avaliado pelas queixas/mensagens enviadas ao Provedor do Telespectador e/ou queixas efectuadas à/pela AACS (actual ERC)			
					3	Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à qualidade da cobertura noticiosa, no âmbito da Lei nº 2/2006	Livro de estilo; existência do programa "Cuidado com a Língua"	Alguma parcialidade por parte dos profissionais da RTP no tratamento das diferentes notícias e das diversas pessoas presentes em emissão e necessidade de aperfeiçoar o tratamento da LP oral e escrita; Necessidade de publicação de um novo livro de estilo actualizado		
					4	Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006				
					5	Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006				
					6	Análise do Estatuto Editorial da RTP	De acordo com o constante no art 32º da Lei 32/2003, a RTP "deve adoptar um estatuto editorial que defina claramente a sua orientação e objectivos e inclua o compromisso de respeitar os direitos dos espectadores, bem como os princípios deontológicos dos jornalistas e a ética profissional". No entanto, não fomos habilitados com o Estatuto Editorial da RTP mas apenas com um Livro de Estilo de 2001, o qual se divide em 2 partes e fundamentais, linha editorial e critérios de qualidade no formato de jornalismo da RTP. Este livro inclui informação "para guiar o trabalho quotidiano e para orientar o comportamento profissional nas situações mais extremas, que suscitam os maiores dilemas" e ainda "impõe regras universais em matéria que... era deixada ao critério arbitrário dos repórteres, das coordenações e das direcções". A mesma lei define ainda, que o estatuto editorial deve ser submetido à entidade reguladora e publicado. A RTP encontra-se em incumprimento.	Relatório não conclusivo		
					7	Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC				
					8	Obtenção de uma listagem das Delegações e Correspondentes existentes e em funcionamento durante 2006	Do quadro 12 do RCOSP constam os Correspondentes e Delegações da RTP1			
					9	Validação da existência e funcionamento das Delegações e Correspondentes em 2006				
A.5	A RTP deve garantir a produção e transmissão de programas destinados ao público jovem e infantil, educativos e de entretenimento, contribuindo para a sua formação	5º	2	d)	1	Segregação da programação produzida e exibida em 2006 de acordo com a tipologia da missão, avaliando a sua contribuição para a formação do público-alvo		A categoria destinada à juventude representa apenas 3,06% do tempo de emissão		
					2	Verificação da existência de acordos com terceiras entidades para a produção/emissão deste tipo de programas				
					3	Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à transmissão de programas destinados ao público jovem e infantil que não se tenham revelado educativos nem contribuído para a sua formação, no âmbito da Lei nº 2/2006		Fraca presença de jovens em antena e de programas a eles destinados; horários tardios de algumas séries e filmes		
					4	Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006				
					5	Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006				
					6	Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC		Relatório não conclusivo		
					7	Análise das conclusões vertidas no relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão (SPT)		A categoria destinada ao público Infantil/Juvenil corresponde apenas a 3,06% do total de emissão na RTP1, contudo é na A2: que existem mais horas destinadas a este público alvo		
A.6	A RTP deve emitir programas destinados especialmente aos portugueses residentes fora de Portugal e aos nacionais de países de língua oficial portuguesa, igualmente residentes fora de Portugal	5º	2	e)	1	Análise de audiências (países, regiões)	ERC: A RTP1 é o canal de televisão preferido das faixas etárias acima dos 64 anos. O seu tempo de visionamento situou-se muito perto do da SIC. RCOSP: RTP alcançou um equilíbrio na distribuição do share por sexos. Obteve os seus melhores resultados junto das classes A/B e D e nas regiões da Grande Lisboa e do Grande Porto	ERC: Nível de audiências inferior ao da concorrência nas camadas mais jovens. Audiência abaixo das dos principais concorrentes (SIC e TVI). No interior é a SIC quem mais audiências capta e no Sul a TVI. RCOSP: RTP perdeu quota de audiência junto do público infantil.		
					2	Análise da programação exibida (averiguando a existência de programas específicos tendentes ao cumprimento desta missão)		Não temos conhecimento de quais os programas que são emitidos no exterior.		
					3	Análise da transmissão física (cobertura) das emissões da RTP África no continente africano e da RTP1 no mundo				
					4	Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à ausência de programas destinados a portugueses residentes fora de Portugal e a nacionais de países de língua oficial portuguesa, também residentes fora de Portugal, no âmbito da Lei nº 2/2006		Necessidade de revisão da política de programação e informação quanto às antenas internacionais; Não cumprimento de horários		

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA									
FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respetivos Custos do Serviço Público nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa									
CAPÍTULO 2 - Análises Globais Relativas à Avaliação do Cumprimento das Missões de Serviço Público de Televisão Constantes nos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão									
ANEXO 1.1 - Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do SPT e Respetivos Resultados do CCgSPT e Aditamento									
MISSÃO	CCgSPT (*)			CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	LIMITAÇÃO		
	C	Nº	A						
				5 Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006		Recomendação Provedor: Reforçando a ideia de que é importante "assegurar a presença de Portugal junto dos portugueses e até de outros povos dispersos pelo mundo", o Provedor recomenda a revisão da política de programação e informação dos canais internacionais. Enquanto que na RTP África Relatório não conclusivo			
				6 Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006					
				7 Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC					
A.7	A RTP deve promover a possibilidade de acompanhamento das emissões por pessoas surdas ou com deficiência auditiva ou outro tipo de deficiência prevista na Lei, de modo a garantir que essa possibilidade, incluindo conteúdos de informação, é, pelo menos, igual à cumprida pelo conjunto dos operadores generalistas	5ª	2	f)	1	Verificação da possibilidade de acompanhamento das emissões por pessoas surdas ou com deficiência auditiva, através da legendagem dos programas (existência de Teletexto) e/ou interpretação de linguagem gestual	De acordo com o protocolo RTP/SIC/TVI assinado a 21 de Agosto de 2003, os canais SIC e TVI comprometeram-se a emitir, no mínimo 2 horas e meia em cada semana, entre as 8:00 e as 24:00, programas de linguagem gestual, e comprometeram-se também a emitir de Segunda a Sexta programas de ficção ou documentários com legendagem num período não inferior a 5 horas semanais. Assim sendo, a RTP legendou pelo menos 10 horas de programação diária de Segunda a Sexta, sendo a sua escolha os programas de prime time, de maior audiência, programas com protocolos que assim o indiquem e alguns programas que pela sua relevância e importância se justifica a sua legendagem.	No Anuário é referida a introdução de linguagem gestual na programação infantil. Porém, após análise do ficheiro com programas legendados verificámos que a linguagem gestual em programação infantil teve apenas 11 horas de emissão	
					2	Verificação da existência de estudos sobre o cumprimento de condições que permitem o acompanhamento das emissões por pessoas surdas/com deficiência auditiva ou outro tipo de deficiência, por todos os canais privados generalistas, em especial em programas de informação	Estudo sobre espectadores surdos em Portugal (2003) (amostra: 153 pessoas surdas): 75% das pessoas surdas assumem ter dificuldade na leitura da língua portuguesa. TVI é o canal preferido, seguido da SIC e depois da RTP1. Os noticiários são os programas mais vistos. Os noticiários são também aqueles onde a comunidade surda gostaria de ver um conjunto mais amplo de funcionalidades de acessibilidade. 53% dos inquiridos faz uso da legendagem via teletexto. Dos que não usam teletexto, 7% não conheciam a funcionalidade e 51% não tem televisão com teletexto. Apenas 57,4% das pessoas que usam língua gestual no dia a dia, lê linguagem gestual na televisão. Dos que lêem, 64% não estão satisfeitos devido à existência de poucos programas, ecrã pequeno, desconhecimento dos horários. Dos que utilizam teletexto e não estão satisfeitos, 61% queixa-se dos poucos programas. (http://www.unic.pt/tv/estudo_lgp.htm)	O único estudo efectuado de que foi encontrada informação remonta a 2003	
					3	Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à ausência de meios que permitam às pessoas surdas ou com deficiência auditiva ou outro tipo de deficiência prevista na Lei, acompanhar as emissões, no âmbito da Lei nº 2/2006			
					4	Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006			
					5	Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006			
					6	Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC		Relatório não conclusivo	
A.8	A RTP deve apoiar a produção nacional, nomeadamente em matéria de co-produção com outros países em especial europeus e da Comunidade de Língua Portuguesa	5ª	2	g)	1	Identificação da programação produzida e exibida em 2006	62,48% das horas de emissão são de produção nacional.	A produção conjunta representa apenas 5,22% do tempo de emissão da RTP e não temos informação sobre as parcerias efectuadas para a produção conjunta nem sabemos se a RTP faz parte de alguma delas.	
					2	Verificação da existência de eventuais protocolos celebrados neste âmbito		Relatório não conclusivo	
					3	Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC			
					4	Análise das conclusões vertidas no relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão (SPT)		A RTP não desenvolve uma produção constante de telefilmes nacionais, uma vez que a emissão deste género está muito próxima dos 1% do total de horas emitidas.	
A.9	A RTP deve garantir o exercício dos direitos de antena, de resposta e de réplica política nos termos constitucional e legalmente previstos	5ª	2	h)	1	Verificação do cumprimento do artigo 40º da CRP	Os partidos políticos e as organizações sindicais, profissionais e representativas das actividades	O relatório do Provedor refere a apresentação de uma queixa formal relativa à reportagem sobre a sindicância da CML aos serviços de Urbanismo, na qual apenas foram ouvidos os representantes do PS e do BE, tendo sido excluído o representante do PCP. Em relação a esta questão, o Provedor recebeu uma segunda carta do queixoso na qual dizia que este se encontrava satisfeito com a explicação que recebeu do director de programas.	
					2	Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à impossibilidade de exercício dos direitos de antena, de resposta e de réplica política, no âmbito da Lei nº 2/2006		A escolha das personalidades a incluir em programas de debate privilegia figuras ideologicamente na área do "bloco central", menorizando personalidades de outras áreas ou movimentos sociais - Sobre esta questão, o Provedor referiu o cuidado que a Direcção de Programas e de Informação ou os	
					3	Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006		Relatório não conclusivo	
					4	Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006			
					5	Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC			
					6	Análise de eventuais queixas feitas à AACCS (actual ERC) e GMCS contra a RTP e as respectivas deliberações e relatórios			
					7	Vide ponto C.4	De acordo com o número 1 do artigo 54º da Lei 32/2003 cumpre com o estabelecido quando esta nos diz "o exercício do direito de antena não pode ocorrer aos sábados, Domingos e feriados nacionais". De acordo com o número 1 do artigo 55º da Lei 32/2003 cumpre com o estabelecido quando esta nos diz "Os tempos de antena são emitidos no serviço de programas televisivo de cobertura nacional de maior audiência entre as 19 e as 22 horas"		
					8	Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006	Em 2006, foi emitido na A2: um programa chamado "Parlamento" com duração de 39 horas onde se discutem as ideias dos deputados para o país, notícias, reportagens e debates de interesse para os portugueses e principais propostas dos partidos políticos	Não foi identificado nenhum programa sobre este tema na grelha da RTP1	
A.10	A RTP deve ceder tempo de emissão para a transmissão das mensagens cuja difusão seja solicitada pelo Presidente da República, pelo Presidente da Assembleia da República ou pelo Primeiro-Ministro	5ª	2	i)	1	Segregação dos tempos de emissão com comunicados, mensagens e notas oficiais do Presidente da República, Presidente da Assembleia da República e Primeiro Ministro	Foi encontrada evidência no telereport de uma mensagem de Ano Novo do Presidente da República (13min e 36seg) e uma mensagem de Natal do Primeiro-Ministro (5min e 8seg).	Relatório não conclusivo	
					2	Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC		O relatório do Provedor refere que durante a transmissão da mensagem ao país do Presidente da República a anunciar a marcação do próximo referendo sobre a IVG passaram em rodapé vários tickers informativos. Foi dado conhecimento ao director de informação do canal que referiu que a comunicação foi integrada no jornal televisivo das 20horas e, como tal, os tickers foram mantidos, como acontece no formato habitual do Telegiornal. O Provedor manifestou a sua discordância relativamente ao tratamento dado à mensagem do Presidente da República, referindo que os telespectadores requerem um tratamento especial dado ao Presidente da República e que todos os	
					3	Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à transmissão das mensagens cuja difusão seja solicitada pelo Presidente da República, pelo Presidente da Assembleia ou pelo Primeiro-Ministro, no âmbito da Lei nº 2/2006			
					4	Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006			
					5	Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006			
A.11	A RTP deve ceder tempo de emissão à Administração Pública com vista à divulgação de informações de interesse geral, relativas à saúde e segurança públicas	5ª	2	j)	1	Segregação da programação relativa à Administração Pública com conteúdos relativos à saúde e segurança públicas (interesse geral)			
					2	Garantia de que a cedência é efectuada a título gratuito			
					3	Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à qualidade, veracidade ou rigor da informação divulgada pela Administração Pública e considerada de interesse público, no âmbito da Lei nº 2/2006			
					4	Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006			
					5	Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006			
					6	Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC		Relatório não conclusivo	
					7	Análise de eventuais queixas feitas à AACCS (actual ERC) e GMCS contra a RTP e as respectivas deliberações e relatórios			

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA									
FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respetivos Custos do Serviço Público nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa									
CAPÍTULO 2 - Análises Globais Relativas à Avaliação do Cumprimento das Missões de Serviço Público de Televisão Constantes nos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão									
ANEXO 1.1 - Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do SPT e Respetivos Resultados do CCGSPT e Aditamento									
MISSÃO	CCGSPT (*)			CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	LIMITAÇÃO		
	C	Nº	A						
B Obrigações da Programação de Serviço Público									
B.1 A RTP deve transmitir uma programação que contrarie a tendência para a uniformização e massificação da oferta televisiva, proporcionando programas não directamente ditados pelos objectivos da exploração comercial	6º	1	a)	1	Análise da repartição por géneros da programação da RTP com os outros operadores de televisão e respectiva evolução, tendo presentes os critérios definidos em A.1	A RTP1 emite uma programação mais diversificada que os seus concorrentes SIC e TVI, que tendem a centrar grande parte das suas emissões no género Ficção. A RTP1 emite maioritariamente programas de Divertimento a par com Informação			
				2	Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à natureza da oferta televisiva (verificar se esta apenas se dirige à prossecução de objectivos comerciais), no âmbito da Lei nº 2/2006		Recomendação Provedor: Se, por um lado, questiona qual o sentido de fazer uma televisão sem audiências, por outro, o Provedor reconhece que a RTP não deve submeter-se à "ditadura das audiências" e traçar a política de conteúdos com vista à sua obtenção directa		
				3	Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006				
				4	Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006				
				5	Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC		Relatório não conclusivo		
				6	Análise de eventuais queixas feitas à AACCS (actual ERC) e GMCS contra a RTP e as respectivas deliberações e relatórios		Existem 3 deliberações alegando falta de rigor, qualidade e pluralismo por parte da RTP		
				7	Análise de eventuais processos judiciais instaurados contra a RTP relativamente a esta missão		1 processo judicial contra a RTP por transmissão do programa "Mourinho - Ganhe como eu", alegando violação do Código de Publicidade relativo a programas patrocinados, no montante de 3 491 585 Eur.		
B.2 A RTP deve manter referenciais de qualidade numa programação diversificada - cultural, educativa, documental e informativa e recreativa	6º	1	b)	1	Análise global da programação exibida pela RTP avaliando a sua conformidade com esta missão e tendo presentes os critérios definidos em A.1	Telereport: A RTP1 apresenta uma programação diversificada, mas é notório que a sua programação é mais centrada no divertimento (28,15%), informação (24,38%) e ficção (23,86%), sendo a arte e cultura (0,05%) a que menos programação apresenta			
				2	Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à qualidade da programação transmitida, no âmbito da Lei nº 2/2006		Recomendação Provedor: Em relação à programação cultural e científica, presente maioritariamente nas grelhas da A2: e da RTP N, o Provedor considera que deveria ter um maior espaço de divulgação na RTP1, canal de referência para a maior parte dos telespectadores. Uma vez que este tipo de programas não tem grande visibilidade junto do público nestes canais, a RTP1 poderia apresentar-se como alternativa compensando essa pouca visibilidade, mesmo que através da repetição da		
				3	Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006		Relatório não conclusivo		
				4	Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006				
				5	Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC				
				6	Análise das conclusões vertidas no relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão (SPT)		A RTP transmite vários programas de divertimento, muitos deles diários e alguns de emissão pontual, totalizando cerca de 2.000 programas, ocupando a emissão destes programas 28,15% da emissão total, e sendo 27,29% de produção nacional.		
B.3 A RTP deve promover a divulgação do Cinema, do Teatro, da Música, da Dança, da Literatura e da Pintura portuguesas	6º	1	c)	1	Análise da publicidade institucional e outras formas de promoção, apoio e divulgação, bem como da programação relativa a estes géneros	Anuário: Na RTP1 passaram 550 filmes de cinema português, europeu e norte-americano. Na RTP Madeira foram emitidas 2 peças teatrais em parceria com associações locais.			
				2	Análise do protocolo estabelecido com o Instituto do Cinema, Audiovisual e Multimédia (ICAM)	Apoio da RTP à produção cinematográfica nacional - longas metragens, curtas metragens, ficção, documentário, animação - durante 2005 e 2006. Apoio da RTP abrange apoio financeiro à produção de obras, difusão de obras, promoção e divulgação de obras e disponibilização de imagens do arquivo RTP.			
				3	Análise do Protocolo estabelecido com o Ministério da Cultura	Assinado a 22NOV06 com o ICAM e Ministério da Cultura: A RTP obriga-se a investir no Fundo de Fomento e Desenvolvimento das Artes Cinematográficas e do Audiovisual em 1 000 000 euros por ano, durante 5 anos.			
				4	Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC		Relatório não conclusivo		
				5	Análise das conclusões vertidas no relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão (SPT)	(iii) A RTP transmite semanalmente o programa "TOP +" onde são divulgadas as músicas mais ouvidas na actualidade, contendo as nacionais e as internacionais. Porém, para além deste programa também passa outros onde divulga a música portuguesa. Assim, para estes efeitos o total de programação musical é de cerca de 2,50%.	(i) A RTP tem emissões muito reduzidas de espectáculos teatrais adaptados ao meio televisivo; (ii) A RTP transmitiu apenas o programa "Teatro Maria Matos - Um Teatro com História" que se enquadra nesta área; (iv) Relativamente a esta categoria a RTP passa poucos programas de recitais, concertos, ópera, bailado e outros espectáculos, não chegando a representar 1% do total da emissão de horas		
B.4 A RTP deve corresponder às aspirações dos diversos públicos específicos, sem qualquer forma de exclusão social, política, religiosa, étnica e sexual	6º	1	d)	1	Análise de audiências (classes, sexos, idades, religiões, partidos, etc)	ERC: A RTP1 é o canal de televisão preferido das faixas etárias acima dos 64 anos. O seu tempo de visionamento situou-se muito perto do da SIC. RCOSP: RTP alcançou um equilíbrio na distribuição do share por sexos. Obteve os seus melhores resultados junto das classes A/B e D e nas regiões da Grande Lisboa e do Grande Porto		ERC: Nível de audiências inferior ao da concorrência nas camadas mais jovens. Audiência abaixo dos principais concorrentes (SIC e TVI). No interior é a SIC quem mais audiências capta e no Sul a TVI. RCOSP: RTP perdeu quota de audiência junto do público infantil.	
				2	Análise da programação exibida (averiguando a existência de programas específicos tendentes ao cumprimento da missão), nomeadamente através de:		Pela análise dos programas religiosos exibidos na RTP1, concluímos que a religião católica estava representada em 100% das emissões.		
				2.1	- Verificação da existência de programas em língua portuguesa legendados (através da Teletexto) e/ou de interpretação através de linguagem gestual e respectiva percentagem do total de tempo de emissão/grelha de programação com origem nacional	Os programas com legendagem são os que têm emissões mais frequentes, uma vez que perfazem 81,99% das horas de emissão.	Através do estudo realizado, pode concluir-se que na RTP1 16,77% dos programas de origem nacional são emitidos com legendagem.		
				2.2	Verificação do cumprimento de eventuais acordos com as Confissões Religiosas				
				2.3	- Verificação da existência de programas sobre a diversidade cultural das regiões e das dicotomias litoral/interior, continente/ilhas				
				2.4	- Verificação da existência de programas sobre as diversas etnias				
				2.5	- Verificação da existência de programas específicos que versem sobre a exclusão sexual				
				3	Análise de programação exibida, apurando a inexistência de programas que fomentem qualquer forma de exclusão				
				4	Análise de eventuais queixas feitas à AACCS (actual ERC), Instituto de Defesa do Consumidor/Ambiente e as respectivas deliberações e relatórios		2 queixas que alegavam por parte da RTP um incumprimento, respeitante à submissão de ética de antena que recuse a exploração do sexo e atente contra a dignidade humana e os demais direitos fundamentais sem qualquer forma de exclusão social, e étnica.		
				5	Análise de eventuais notícias da comunicação social que envolvam críticas ou apreciações relativas à RTP e sua programação				
B.5 A RTP deve procurar um equilíbrio da programação no sentido de corresponder aos usos, tradições e interesses das populações das diferentes regiões do país	6º	1	e)	1	Análise da programação com carácter regional	Foram identificados alguns programas com carácter regional emitidos em 2006 chamados			
				2	Verificação da existência de programação específica relacionada com os usos e costumes das diversas regiões				
				3	Análise dos pareceres sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à transmissão de programas que, de alguma forma, difundam ideias incorrectas sobre determinada(s) região(ões) expondo assim, uma imagem que não corresponde à realidade, no âmbito da Lei nº 2/2006		O relatório do Provedor refere uma queixa sobre ausência de cobertura pela RTP da cerimónia de atribuição ao Município de Monção o Prémio Internacional El Batefuego del Oro. A queixa foi exposta ao director de informação da RTP, que já tinha conhecimento dela e que lhe deu seguimento.		
				4	Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006				
				5	Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006				
				6	Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC		Relatório não conclusivo		
7	Análise das conclusões vertidas no relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão (SPT)	A RTP passa alguns programas que totalizam cerca de 20 horas pretendendo dar a conhecer algumas regiões do nosso país.							

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA											
FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respetivos Custos do Serviço Público nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa											
CAPÍTULO 2 - Análises Globais Relativas à Avaliação do Cumprimento das Missões de Serviço Público de Televisão Constantes nos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão											
ANEXO 1.1 - Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do SPT e Respetivos Resultados do CCgSPT e Aditamento											
MISSÃO	CCgSPT (*)			CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	LIMITAÇÃO				
	C	Nº	A								
B.6	A RTP deve proceder à divulgação do Desporto amador e profissional, promovendo para o efeito os programas desportivos adequados, dando particular relevo a manifestações nas quais participem atletas ou equipas portuguesas	6º	1	f)	1	Verificação da existência de eventuais protocolos com entidades públicas ou privadas com vista à transmissão de programas desportivos	Total de 382 programas exibidos, em 384 horas 44 minutos e 19 segundos	O futebol, representa cerca de 71,57% (275horas 21 minutos e 6 segundos) da programação de desporto	O telereport não fornece esta informação		
					2	Sistematização dos programas desportivos emitidos e respectiva evolução na grelha de programação					
					3	Segregação do nº de horas emitidas por desporto amador e profissional					
					4	Segregação do nº de horas emitidas por nacional e internacional					
					5	Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente ao tempo excessivo dedicado ao futebol em detrimento de outras modalidades desportivas, no âmbito da Lei nº 2/2006					
					6	Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006					
					7	Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006					
					8	Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC					
					9	Análise do Relatório do Tribunal de Contas de 2005				O relatório do Tribunal de contas recomenda que a RTP analise e pondere a viabilidade futura da actual política de transmissões desportivas, em especial no que à área do futebol respeita. Esta recomendação foi acolhida pois nas transmissões a RTP adoptou como regra os preços previamente fixados e que não podem ser excedidos, excepto se nenhum canal aberto adquirir os direitos de transmissão e o jogo em causa constar dos acontecimentos cuja transmissão é recomendada por razões de interesse público generalizado	Relatório não conclusivo
					10	Análise das conclusões vertidas no relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão (SPT)				(i) Pelo telereport não é possível averiguar com fiabilidade se, nos programas desportivos emitidos, participam atletas ou equipas portuguesas; (ii) O futebol representa a maioria das emissões de programas desportivos, ocupando mais de 70% delas	O telereport não fornece esta informação
B.7	A RTP deve assumir uma programação que contribua para a formação e desenvolvimento do gosto e estimule a criação artística	6º	1	g)	1	Definição de "gosto" de acordo com a Enciclopédia Luso-Brasileira: "Faculdade de apreciar, de sentir as belezas ou os defeitos das coisas, das obras de arte, do espírito, da natureza, etc.; escolha acertada, discernimento, juízo, critério"	A RTP transmite semanalmente o programa "TOP +" onde são divulgadas as músicas mais ouvidas na actualidade, contendo as nacionais e as internacionais. Para além deste programa também passa outros onde divulga a música portuguesa.	O total de programação musical é de apenas 2,50%.			
					2	Em função da definição, determinação dos programas que não contribuam para o cumprimento desta missão					
					2.1	Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente a programas que não contribuam para a formação e desenvolvimento do gosto nem estimulem a criação artística, no âmbito da Lei nº 2/2006					
					2.2	Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006					
					2.3	Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006					
					3	Promoção da criação de actividade artística nacional:					
					3.1	- Análise da programação exibida de obras de ficção, drama, música produzidas nacionalmente					
					3.2	- Análise da divulgação e promoção de obras artísticas nacionais exibidas ou não exibidas em televisão					
					3.3	- Avaliação da existência de cooperação ou apoio pela RTP às obras artísticas nacionais				De acordo com informação prestada pela RTP, o apoio limitou-se apenas ao cinema, não tendo abrangido outras áreas de expressão artística nacionais	
					4	Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC				Relatório não conclusivo	
B.8	A RTP deve assegurar a produção e a emissão de programas infantis e juvenis, educativos e de divertimento, a horas apropriadas de programação	6º	1	h)	1	Segregação da programação produzida e exibida em 2006 de acordo com a tipologia da missão, avaliando o seu posicionamento na grelha horária de emissão	Na RTP 1, à excepção programa Ozzy Ozono, todos os programas são exibidos a horas aceitáveis, conforme o imposto por lei.	emissão de spots promocionais violentos em intervalos de programas infantis; séries e filmes com horário tardio	Relatório não conclusivo		
					2	Análise da existência de eventuais queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à transmissão de programas a horas não apropriadas para os mais novos, no âmbito da Lei nº 2/2006					
					2.1	Definição de "horas apropriadas": horários que tenham em conta os horários escolares					
					3	Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006					
					4	Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006					
5	Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC										
B.9	A RTP deve apoiar a produção nacional e a co-produção com outros países, em especial da UE e da Comunidade de Países de Língua Portuguesa, nos domínios da ficção e do documentário	6º	1	i)	1	Verificação da existência de eventuais protocolos celebrados neste âmbito	Telereport: (i) Após um estudo cuidadoso dos documentários exibidos pela RTP, conclui-se que a RTP 1 não tem um programa de documentários destinado a ser exibido semanalmente mas tem a preocupação de passar alguns documentários de elevado interesse, tendo ocupado essa emissão 1,30% das horas de emissão da RTP. Desta percentagem destacam-se 0,37% para programas de origem nacional; (ii) A RTP transmite quatro tipos de programas de ficção. A ficção de grande produção, onde são incluídas séries, telenovelas e as várias sessões (sessão da tarde, sessão da noite, sessão da meia-noite, última sessão, lotação esgotada), é onde são emitidas a maioria das transmissões com 77,80%.	Fraco investimento da RTP nesta área (5,92%)	O telereport não fornece esta informação		
					2	Descriminação exaustiva de obras de ficção e documentários produzidos ou co-produzidos pela RTP com exibição em 2006					
					3	Comparação com a percentagem de obras de ficção produzidas ou co-produzidas pelos operadores privados nacionais (SIC e TVI) e pelos canais de serviço público de televisão internacionais					
					4	Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC					
					5	Análise das conclusões vertidas no relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão (SPT)					
B.10	A RTP deve assegurar um equilíbrio entre a produção própria e a produção independente, por forma a permitir o desenvolvimento de uma indústria do audiovisual que constitua um desafio permanente à melhoria da qualidade e eficiência da produção própria	6º	1	j)	1	Verificação da percentagem de produção independente face ao tempo de programação, conforme definido na Lei da Televisão (artigo 42º da Lei nº 32/2003)	De acordo com o art 42º Lei 32/2003, a RTP deveria assegurar que "pelo menos 10% da respectiva programação... é preenchida através da difusão de obras europeias, provenientes de produtores independentes dos organismos de televisão, produzidas há menos de 5anos". De acordo com o Telereport, a produção europeia (não Portugal) representa apenas 4,42% do total da emissão da RTP, não havendo certeza quanto ao tipo de produção nem à data de produção. Ao mesmo tempo, não temos informação sobre a produção independente	Relatório não conclusivo			
					2	Obtenção de um resumo das horas exibidas segregadas por origem de produção					
					3	Análise crítica dos programas classificados como produção independente					
					4	Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC					
B.11	A RTP deve proporcionar uma informação imparcial, rigorosa, independente, esclarecedora e pluralista, em oposição à informação-espectáculo ou sensacionalista	6º	1	k)	1	Vide ponto A.3	Queixas: Existem 3 deliberações alegando falta de rigor, qualidade e pluralismo por parte da RTP				
					2	Análise de eventuais queixas feitas à AACS (actual ERC), Instituto de Defesa do Consumidor/Ambiente e as respectivas deliberações e relatórios					
B.12	A RTP deve sujeitar-se a uma ética de antena que claramente recuse a	6º	1	l)	1	Vide ponto B.4					

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA									
FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respetivos Custos do Serviço Público nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa									
CAPÍTULO 2 - Análises Globais Relativas à Avaliação do Cumprimento das Missões de Serviço Público de Televisão Constantes nos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão									
ANEXO 1.1 - Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do SPT e Respetivos Resultados do CCgSPT e Aditamento									
MISSÃO	CCgSPT (*)			CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	LIMITAÇÃO		
	C	Nº	A						
violência gratuita, a exploração do sexo ou que atente contra a dignidade humana e os demais direitos fundamentais, com protecção, em especial, dos públicos mais vulneráveis, designadamente crianças e jovens				2	Análise de eventuais processos judiciais instaurados contra a RTP relativamente a esta missão		4 processos judiciais em curso relativos à transmissão na RTP 1 de filmes sem o identificador visual apropriado, um deles também por horário impróprio de transmissão, no valor total de 424 519,2 Eur cuja provisão constituída pela RTP ascendeu 47 500 Eur		
				3	Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à transmissão de programas que, de alguma forma, exerçam algum tipo de discriminação sobre um (ou vários) público(s) específico(s), no âmbito da Lei nº 2/2006				
				4	Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006				
				5	Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei 2/2006				
				6	Análise de eventuais queixas feitas à AACs (actual ERC), Instituto de Defesa do Consumidor/Ambiente e as respectivas deliberações e relatórios		Direcção Regional de Educação de Lisboa apresentou em 2 de Junho de 2006 uma queixa à ERC por motivo da transmissão na RTP1, a 30 de Maio de 2006, de uma reportagem intitulada "Quando a violência vai à Escola" alegando discriminação, captação clandestina e ocultação de imagens. Queixa de Paulo Cardoso contra a A2: questionando o horário e classificação do filme "Quase dois irmãos" transmitido no dia 25 de Novembro de 2006.		
B.13 A RTP deve contribuir, através das suas emissões internacionais, para a caracterização da identidade nacional e dos seus valores culturais, para a difusão da língua e o alargamento da solidariedade e cooperação com todos os povos da comunidade lusófona	6º	1	m)	1	Análise da programação com carácter regional			O telereport não fornece esta informação	
				2	Verificação da existência de programação específica relacionada com os usos e costumes das diversas regiões				
				3	Verificação da existência de eventuais protocolos de cooperação com outros povos da comunidade lusófona	RCOSP: Foram cumpridos todos os protocolos estabelecidos com os países de Língua Portuguesa			
				4	Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à transmissão de programas que não contribuam para a caracterização da identidade nacional, difusão da Língua Portuguesa, alargamento da solidariedade e cooperação com todos os povos da comunidade lusófona, no âmbito da Lei nº 2/2006		A programação emitida nos canais internacionais não é específica para cada região		
				5	Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006		Os jogos internacionais da Liga dos Campeões não são transmitidos internacionalmente. Sobre esta questão, o Provedor tem referido que a explicação se deve ao facto de que cada país só tem direitos para transmitir esses jogos sobre o território nacional.		
				6	Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei 2/2006				
				7	Análise das conclusões vertidas no relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão (SPT)	(i) Existe a RTP África que é um espaço com programação direccionada à comunidade africana; (ii) Foi criado o programa "Cuidado com a Língua" que se destina ao ensino da língua portuguesa e que é emitido na RTP1.	(ii) Não temos informação se o programa "Cuidado com a Língua" é emitido nos canais internacionais; (iii) não temos informação sobre a emissão de programas de interesse de outros operadores nacionais que tenham passado nos canais RTP		
B.14 A RTP deve promover a cooperação com as entidades que, no espaço da UE, prestem o SPT, tendo em vista o intercâmbio de experiências e a produção conjunta de programas	6º	1	n)	1	Análise das actas do CA averiguando existência de reuniões, conferências e outras evidências da existência de um intercâmbio desta natureza				
				2	Verificação da existência de eventuais protocolos e acordos celebrados neste âmbito				
				3	Análise dos eventos e participações da RTP no âmbito da União Europeia de Radiodifusão (UER)	A Rádio e Televisão de Portugal foi a anfitriã da 57ª reunião ordinária da Assembleia Geral da União Europeia de Rádio e Televisão (EBU/UER)			
				4	Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC		Relatório não conclusivo		
B.15 A RTP deve assegurar a conformidade do exercício da actividade televisiva, nas suas diversas componentes, com as orientações definidas pelas instâncias internacionais competentes e, em particular, por aquelas cujas decisões são vinculativas para o Estado português	6º	1	o)	1	Recolha de todas as orientações aplicáveis				
				2	Verificação do seu cumprimento relativamente a orientações que não estejam vertidas no CCgSPT				
B.16 Constitui obrigação especial do serviço de programas generalista da RTP dar cumprimento ao disposto nos artigos 40º a 42º da Lei nº 32/2003 de 22 de Agosto de 2003 em matéria de defesa da língua portuguesa, da produção europeia e da produção independente	6º	2	a)	1	Confirmação de que as emissões são faladas ou legendadas em português, de acordo com o disposto no ponto 1 do artigo 40º da Lei nº 32/2003		O teletexto permitiu a legendagem de apenas 793 horas de programas, o que representou 9,05% do total das emissões da RTP1. Em relação ao resto das emissões, não temos forma de saber se o tempo dedicado à difusão de programas originariamente em língua portuguesa atingiu o mínimo de 50%, de acordo com a alínea a) do ponto 2 da cláusula 6ª do CCgSPT, uma vez que o facto da origem da produção ser nacional não nos garante que o programa tenha sido falado ou legendado em português, e vice versa		
				2	Confirmação de que os serviços de programas televisivos de cobertura nacional dedicam pelo menos 50% das suas emissões à difusão de programas originariamente em língua portuguesa, de acordo com o disposto no ponto 2 do artigo 40º da Lei nº 32/2003	A transmissão de programas de origem nacional na RTP1 tem uma emissão de 62,49%. Os programas de origem brasileira apresentam uma percentagem de 3,50%.	Não sabemos se todos os programas com origem nacional são falados em Português e também não temos conhecimento se nas outras origens de produção algum dos programas transmitidos é falado na nossa língua.		
				3	Confirmação de que os operadores de televisão dedicam pelo menos 15% do tempo à difusão de programas criativos de produção originária em língua portuguesa, de acordo com o disposto no ponto 3 do artigo 40º da Lei nº 32/2003	Exibição e produção de programas de origem nacional superior ao declarado por lei.			
				4	Confirmação de que as percentagens anteriormente referidas não excedem os 25% em programas originários de outros países lusófonos nem que o seu cumprimento se efectue em períodos de audiência reduzida, de acordo com o disposto nos pontos 4 e 5 do artigo 40º da Lei nº 32/2003	A emissões com origem no Brasil não excedem a percentagem referida e passam em horários de audiência reduzida (por volta das 14 horas).	O telereport não fornece informação sobre a existência de outros países lusófonos		
				5	Confirmação de que os operadores de televisão que exploram serviços de programas televisivos de cobertura nacional incorporam uma percentagem maioritária de obras de origem europeia na sua programação, de acordo com o disposto no artigo 41º da Lei nº 32/2003		A produção com origem europeia, incluindo Portugal, da RTP1 não atinge uma percentagem maioritária de emissões		
				6	Confirmação de que pelo menos 10% da programação dos operadores de televisão que exploram serviços de programas televisivos nacionais são preenchidos através da difusão de obras europeias provenientes de produtores independentes dos organismos de televisão, de acordo com o disposto no artigo 42º da Lei nº 32/2003				
				7	Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à difusão da Língua Portuguesa, produção europeia e produção independente, no âmbito da Lei nº 2/2006	Existência do programa "Cuidado com a Língua" (bastante elogiado pelos telespectadores) e da sua rubrica "Falar Bom Português"	Necessidade que sejam prestados maiores cuidados com a Língua Portuguesa, quer falada pelos profissionais da RTP, quer escrita, através da legendagem de filmes, séries ou reportagens estrangeiras e tickers que passam em rodapé		
				8	Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006				
				9	Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei 2/2006				
B.17 Constitui obrigação especial do serviço de programas generalista da RTP cumprir o dever de informação previsto no artigo 45º do mesmo diploma	6º	2	b)	1	Verificação do cumprimento dos trâmites do ponto anterior				
C Obrigações de Prestação de Serviços Específicos									
C.1 A RTP deve manter Delegações ou Correspondentes no território nacional ou no estrangeiro com vista a garantir uma cobertura tão completa quanto possível, dos principais acontecimentos nacionais e internacionais, e facultar, em momento posterior à sua emissão, aos operadores privados, mediante uma contrapartida financeira e a seu pedido, o acesso às imagens produzidas por essas Delegações e Correspondentes	7º		a)	1	Obtenção de uma listagem das Delegações e Correspondentes existentes e em funcionamento durante 2006	Do quadro 12 do RCOSP constam os Correspondentes e Delegações da RTP1			
				2	Validação da existência e funcionamento das Delegações e Correspondentes em 2006				
				3	Avaliação da informação (em termos de quantidade e qualidade) com fonte de origem nas Delegações				
				4	Realização de uma análise prévia em termos orçamentais e justificação dos principais desvios				
				5	Apurar o custo com as Delegações e Correspondentes, nos termos do ponto II 1.2 da cláusula 15º				
				6	Análise da informação sobre pedidos de acesso às imagens produzidas e correspondentes contrapartidas financeiras provenientes de operadores privados;				
				7	Vide ponto A.4				

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA							
FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respetivos Custos do Serviço Público nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa							
CAPÍTULO 2 - Análises Globais Relativas à Avaliação do Cumprimento das Missões de Serviço Público de Televisão Constantes nos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão							
ANEXO 1.1 - Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do SPT e Respetivos Resultados do CCGSPT e Aditamento							
MISSÃO	CCGSPT (*)			CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	LIMITAÇÃO
	C	Nº	A				
C.2	A RTP deve emitir as mensagens referidas no artigo 26º e na alínea i) do nº 2 do art 47º da Lei nº 32/2003	7ª	b)	1 Vide A.10			
C.3	A RTP deve ceder tempo de emissão às confissões religiosas	7ª	c)	1 Verificação da frequência de emissão de programas de confissões religiosas 2 Segregação da programação dedicada a confissões religiosas em termos de tempo e custo 3 Obtenção da documentação relativa às condições de utilização do tempo de cedência definidas pela AACCS (actual ERC) 4 Avaliação, com base na documentação disponível, da representatividade das confissões religiosas na distribuição do tempo de emissão 5 Garantia de que a cedência é efectuada a título gratuito 6 Verificação do cumprimento de eventuais acordos com entidades religiosas 7 Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente ao tempo de emissão cedido às confissões religiosas, no âmbito da Lei nº 2/2006 8 Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006 9 Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006 10 Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC 11 Análise de eventuais queixas feitas à AACCS (actual ERC) e GMCS contra a RTP e as respectivas deliberações e relatórios		Pela análise dos programas religiosos exibidos na RTP1, concluímos que a religião católica estava representada em 100% das emissões. Pelo relatório do Provedor foram identificadas mensagens de telespectadores que discordam da presença assídua do Padre Borga no programa Praça da Alegria, pois entendem que a RTP está a privilegiar um determinado credo religioso. Também focaram o tratamento privilegiado dado à Igreja Católica na cobertura de acontecimentos deste culto. Relatório não conclusivo	
C.4	A RTP deve garantir o exercício dos direitos de antena, de resposta e de rectificação e da réplica política, nos termos dos artigos 53º a 63º da Lei nº 32/2003	7ª	d)	1 <i>Partidos Políticos e Governo:</i> 1.1 - Confirmação de que os partidos usam de pleno direito 1.2 - Obtenção da relação de deputados por partido na Assembleia da República na legislatura em vigor em 2006 1.3 - Obtenção do nº de votos por partido nas votações das legislativas de 2005 2 <i>Organizações Sindicais:</i> 2.1 - Obtenção de uma listagem comprovativa das organizações sindicais existentes em 2006 (nº de sindicalizados) 3 <i>Organizações Profissionais:</i> 3.1 - Obtenção de uma listagem comprovativa das organizações profissionais e representativas das actividades económicas existentes em 2006 (nº de associados) 4 <i>Associações de Defesa do Consumidor e do Ambiente:</i> 4.1 - Obtenção de uma listagem comprovativa das organizações de defesa do consumidor/ambiente existentes em 2006 (nº de associados) 5 <i>Geral</i> 5.1 - Obtenção dos planos gerais de utilização de tempo de antena nos termos do nº2 do artigo 53º da Lei nº 32/2003 5.2 - Verificação do cumprimento no nº 4 do artigo 53º da Lei nº 32/2003 5.3 - Segregação dos tempos de exibição por Partidos e Governo, Sindicatos, Organizações Profissionais e Associações de Defesa do Consumidor/Ambiente 5.4 - Verificação do cumprimento global do disposto na Lei nº 32/2003: 5.5 - Garantia de que a cedência é efectuada a título gratuito 5.6 - Apuramento do custo do direito de antena 5.7 - Obtenção da contagem dos tempos de antena e respectivas comunicações nos termos do artigo 87º da Lei nº 32/2003 5.8 - Verificação do cumprimento da Lei Eleitoral (nomeadamente da Lei da Eleição do Presidente da República): 5.9 - Nº de minutos por candidato presidencial, por canal (RTP1, A2, RTP Memória, RTPi, RTP Madeira, RTP Açores, RTP África) 5.10 - Distribuição horária por dias da semana e fins-de-semana e respectivos períodos de tempo 5.11 - Verificação da comunicação à Comissão Nacional de Eleições (CNE) sobre o horário previsto para as emissões de direito de antena, nos termos do nº4 do art 52º da Lei 319-A/76 5.12 - Verificação do comprovativo do registo e arquivo das emissões de direito de antena, nos termos do nº5 do art 52º da Lei 319-A/76 5.13 - Verificação da distribuição dos tempos de antena feita por sorteio pela CNE com pelo menos dois dias de antecedência em relação ao dia de abertura da campanha, nos termos do art 53º da Lei 319-A/76 6 Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente ao desrespeito pelo tempo de emissão cedido aos partidos políticos e Governo, aos sindicatos, às organizações profissionais e às associações de defesa do Consumidor/Ambiente, no âmbito da Lei nº 2/2006 7 Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006 8 Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006 9 Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC		A RTP tem a lista de procedimentos para utilização dos tempos de antena. De acordo com o número 1 do artigo 54º da Lei 32/2003 cumpre com o estabelecido quando esta nos diz "o exercício do direito de antena não pode ocorrer aos sábados, Domingos e feriados nacionais". De acordo com o número 1 do artigo 55º da Lei 32/2003 cumpre com o estabelecido quando esta nos diz "Os tempos de antena são emitidos no serviço de programas televisivo de cobertura nacional de maior audiência entre as 19 e as 22 horas" O tempo atribuído a cada entidade é comunicado através da acta da reunião de rateio de tempo de antena De acordo com informação prestada pela RTP, esta compromete-se a guardar as gravações dos programas eleitorais até um ano após a data de emissão de cada programa A relação RTP/CNE é informal pelo que não existe esta comunicação formalmente (escrita) Relatório não conclusivo	
C.5	A RTP deve ceder tempo de emissão à Administração Pública com vista à divulgação de programas de interesse geral relativos à higiene, à saúde e à segurança pública ou outros semelhantes	7ª	e)	1 Segregação da programação relativa à Administração Pública com conteúdos relativos a higiene, saúde e segurança públicas e outros semelhantes (interesse geral) 2 Garantia de que a cedência é efectuada a título gratuito 3 Vide ponto A.11 4 Análise das conclusões vertidas no relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão (SPT)			
C.6	A RTP deve manter, conservar e actualizar os Arquivos Audiovisuais, de acordo com o constante na cláusula 11ª	7ª	f)	1 Obtenção de uma listagem classificada dos programas no arquivo 2 Verificação de que a classificação está de acordo com os critérios definidos pela comissão - nº 2 da Portaria 111/91 3 Obtenção de inventário referido no 4º da Portaria nº 111/91 e cruzamento com respectivo cadastro 4 Manter e Conservar - Localização do(s) arquivo(s) e avaliação das condições gerais de manutenção e preservação Actualizar 5 - Segregação do arquivo por datas de produção, exibições e avaliação para o ano de 2006, dos programas transferidos para o arquivo 6 Análise dos abates efectuados em 2006, e anos anteriores, e respectiva documentação de suporte 7 Identificação dos meios humanos e materiais do arquivo audiovisual Facultar o seu acesso 8 - Levantamento de procedimentos relativamente ao acesso do arquivo, consultar o nº de acessos, etc 9 Análise das utilizações do arquivo - Segregar entre utilizações internas e externas 10 Análise dos meios utilizados de acesso ao arquivo avaliando a sua acessibilidade de custos 11 Avaliação e quantificação das remunerações obtidas com a cedência de imagens de arquivo, nos termos da Portaria nº 111/91		A Comissão referida na portaria não foi constituída	

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA									
FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respetivos Custos do Serviço Público nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa									
CAPÍTULO 2 - Análises Globais Relativas à Avaliação do Cumprimento das Missões de Serviço Público de Televisão Constantes nos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão									
ANEXO 1.1 - Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do SPT e Respetivos Resultados do CCgSPT e Aditamento									
MISSÃO	CCgSPT (*)			CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	LIMITAÇÃO		
	C	Nº	A						
				12 Apuramento do custo de exploração dos arquivos audiovisuais, nos termos do ponto II 1.5 da cláusula 15ª, certificando que são excluídos os custos associados a verificação e estatística					
				13 Análise e revisão dos critérios contabilísticos de valorização e depreciação do arquivo (nomeadamente obter discriminação dos programas em termos de direitos)					
C.7	A RTP deve manter uma estrutura de apoio a acções de Cooperação, de acordo com o constante na cláusula 12ª	7ª	g)	1 Obtenção da informação sobre o funcionamento do Gabinete de Cooperação 2 Identificação dos meios humanos e materiais do Gabinete de Cooperação 3 Identificação das acções e programas desenvolvidos em 2006 que se enquadrem no âmbito da Cooperação, com respectivos custos 4 Obtenção da documentação suporte relativa a acções de Cooperação 5 Avaliação do seu grau de realização (aferindo sobre a exactidão dos nºs do RCOSP) 6 Identificação do fornecimento de programação aos Países de Língua Portuguesa 7 Apuramento do custo de exploração da Cooperação, nos termos do ponto II 1.6 da cláusula 15ª do CCgSPT	Segundo o RCOSP, foram cumpridos todos os protocolos que haviam sido estabelecidos com os Países de Língua Portuguesa				
C.8	A RTP deve apoiar e promover o cinema português e as demais formas de expressão artística nacionais desde que susceptíveis de transmissão televisiva	7ª	h)	1 Obtenção do acordo assinado com ICAM em 11 de Maio de 2005 2 Obtenção do acordo assinado com Ministério da Cultura 3 Obtenção da listagem de produções emitidos pelo ICAM, a qual serviu de base de escolha dos filmes a apoiar pela RTP 4 Obtenção de evidência, se existir, de apoio a outras formas de expressão artística nacionais 5 Verificação se as obras objecto de apoio foram exibidas na televisão 6 Análise dos desvios significativos face ao orçamento das produções	Apoio da RTP à produção cinematográfica nacional - longas metragens, curtas metragens, ficção, documentário, animação - durante 2005 e 2006. Apoio da RTP abrange apoio financeiro à produção de obras, difusão de obras, promoção e divulgação de obras e disponibilização de imagens do arquivo RTP A RTP participa no Fundo de Fomento e Desenvolvimento das Artes Cinematográficas e do Audiovisual.	De acordo com informação prestada pela RTP, o apoio limitou-se apenas ao cinema, não tendo abrangido outras áreas de expressão artística nacionais			
C.9	A RTP deve prestar outros serviços específicos, estabelecidos ou a estabelecer, ao abrigo de protocolos celebrados com a Administração Pública	7ª	i)	1 Obtenção da confirmação da existência ou não de protocolos estabelecidos com a Administração Pública: 1.1 - Consulta das actas do CA 1.2 - Análise global às receitas, verificando que não têm origem em protocolos ou outros acordos com a Administração Pública 2 Caso existam tais protocolos, verificação de que se encontram devidamente autorizados					
D	Obrigações quanto à Produção Interna	8ª							
D.1	A RTP deve manter em actividade Centros de Produção de modo a que ser um referencial no que toca a custos de programação audiovisuais, prazos de entrega e condições de trabalho dos artistas e técnicos	8ª	1	1 Segregação por tipo de produção desenvolvido em cada um dos Centros de Produção, bem como especificações próprias de cada um deles 2 Relativamente a cada Centro de Produção obtenção dos respectivos resultados de exploração 3 Análise de indicadores de eficiência, produtividade, prazos, etc 4 Análise da produção segregada por género 5 Avaliação das audiências dos programas produzidos 6 Avaliação de forma global do custeio da produção 7 Identificação de meios humanos e materiais de cada um dos Centros de Produção 8 Análise dos principais contratos em vigor em 2006 com entidades privadas ou públicas 9 Validação dos quadros incluídos no RCOSP					
D.2	A produção interna deve participar no cumprimento das obrigações referentes à produção de programas de ficção e documentários	8ª	2	1 Verificação do cumprimento do artigo 44º da Lei nº 32/2003 2 Vide ponto B.9					
E	Obrigações de Cobertura do Território Nacional	9ª							
E.1	A RTP deve assegurar, junto da entidade responsável pela difusão do sinal, progressivamente, a integral cobertura do território nacional	9ª		1 Análise da Deliberação da ANACOM relativa ao serviço de distribuição e difusão do sinal de televisão terrestre datada de 3 de Julho de 2003 2 Análise da cobertura da rede utilizada pela RTP nas suas emissões através nomeadamente da facturação e outra documentação da PT (Canais nacionais e regionais) 3 Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à existência de problemas de cobertura e difusão do sinal 4 Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006 5 Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006	O relatório do Provedor refere a existência de uma queixa formal sobre problemas técnicos durante a transmissão da mensagem ao país do Presidente da República a anunciar a marcação do próximo referendo sobre a IVG. Este problema foi devidamente justificado pela Administração da RTP ao Gabinete da Presidência da República As deficiências técnicas que ocorrem na recepção por defeito na rede de distribuição do sinal são também motivo de queixa de telespectadores que se sentem discriminados. A RTP encontra-se obrigada a assegurar, progressivamente, a integral cobertura do território nacional. Uma vez que os				
F	Obrigações quanto à Inovação e Desenvolvimento Tecnológico	10ª							
F.1	A RTP deve introduzir nos seus equipamentos as inovações técnicas que resultem de obrigações específicas que lhe sejam cometidas, de recomendações ou de decisões das organizações internacionais das quais a RTP seja membro, designadamente da UER, e que contribuam para melhorar a eficácia e a qualidade do serviço público que presta	10ª		1 Análise do plano de investimentos de 2006 e correspondente realização 2 Cruzamento dos valores de realização com cadastro de imobilizado 3 Classificação dos investimentos tendo em conta o nº 1 da cláusula 20ª do CCgSPT, distinguindo investimentos de inovação e de substituição 4 Quantificação das amortizações do exercício de acordo com aquela classificação 5 Confirmação de que a aprovação prévia dos investimentos referida no nº 2 da cláusula 20ª do CCgSPT se refere à aprovação dos investimentos incluídos no plano de actividades 6 Análise das recomendações/decisões da UER e de outras organizações internacionais de que a RTP seja membro, no âmbito desta obrigação					
G	Arquivos Audiovisuais	11ª							
G.1	A propriedade e funcionamento do Arquivo Histórico Audiovisual será objecto de regulamentação própria	11ª	1						

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA									
FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respetivos Custos do Serviço Público nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa									
CAPÍTULO 2 - Análises Globais Relativas à Avaliação do Cumprimento das Missões de Serviço Público de Televisão Constantes nos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão									
ANEXO 1.1 - Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do SPT e Respetivos Resultados do CCgSPT e Aditamento									
	MISSÃO	CCgSPT (*)			CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	LIMITAÇÃO	
		C	Nº	A					
G.2	São considerados Arquivos Audiovisuais de relevante interesse público os que sejam classificados pela Comissão prevista no nº2 da Portaria nº 111/91 de 7 de Fevereiro	11ª	2				A Comissão referida na portaria não foi constituída		
G.3	A RTP deve manter, conservar e actualizar os seus Arquivos Audiovisuais e facultar o seu acesso em condições de eficácia e acessibilidade de custos, nomeadamente aos operadores privados de televisão e aos produtores de cinema e audiovisuais	11ª	3		1 Manter e Conservar - Localização do(s) arquivo(s) e avaliação das condições gerais de manutenção e preservação Actualizar 2 - Segregação do arquivo por datas de produção, exibições e avaliação para o ano de 2006, dos programas transferidos para o arquivo Facultar o seu acesso 3 - Levantamento de procedimentos relativamente ao acesso do arquivo, consultar o nº de acessos, etc 4 Análise das utilizações do arquivo - Segregar entre utilizações internas e externas 5 Análise dos meios utilizados de acesso ao arquivo avaliando a sua acessibilidade de custos				
H	Cooperação	12ª							
H.1	A RTP deve desenvolver a cooperação com os países lusófonos, em termos de informação e de produção de emissões internacionais nas redes terrestres daqueles países	12ª	1		1 Identificação das acções e programas desenvolvidos em 2006 que se enquadrem no âmbito da Cooperação, com respectivos custos 2 Obtenção da documentação suporte relativa a acções de Cooperação 3 Avaliação do seu grau de realização (aferindo sobre a exactidão dos nºs do RCOSP) 4 Identificação do fornecimento de programação aos Países de Língua Portuguesa	De acordo com o RCOSP, foram cumpridos todos os acordos com os Países de Língua Portuguesa			
H.2	A RTP pode efectuar acordos com operadores privados de televisão para o cumprimento da obrigação anterior	12ª	2						
I	Publicidade	13ª							
I.1	A RTP deve emitir apenas seis minutos de publicidade comercial por cada hora de emissão no canal generalista de serviço público	13ª	1		1 Cálculo do ratio de horas de publicidade comercial sobre total emissão RTP1 conforme definido na lei 2 Confirmação do nº de horas de publicidade comercial exibidas 3 Realização de uma análise crítica do ficheiro que contenha as horas de publicidade comercial 4 Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente ao não cumprimento do tempo de emissão de publicidade comercial previsto no CCgSPT, no âmbito da Lei nº 2/2006 5 Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006 6 Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006 7 Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC 8 Análise do protocolo entre a RTP, SIC e TVI 9 Análise de eventuais processos judiciais instaurados contra a RTP relativamente a esta missão	O detalhe da informação no Telereport não permite apurar a publicidade institucional, dado que de acordo com informação prestada pela RTP, integra o conceito no Telereport de espaço de publicidade comercial Através da análise dos blocos publicitários, detectámos 2.692 situações em que a publicidade emitida em unidade de hora é superior a seis minutos, num total de 390 horas. O tempo de publicidade é exagerado; inclusão publicidade nos telejornais; aumento do som aquando da transmissão de publicidade; abuso na quantidade de anúncios cujos destinatários são crianças e que utilizam crianças enquanto actores	Relatório não conclusivo	5 processos contra a RTP por ultrapassagem dos limites de tempo de publicidade, no montante total de 101 250 Eur cuja provisão constituída pela RTP ascendeu a 124 699,5 Eur	
I.2	A RTP pode, em período adicional não superior a seis minutos, emitir publicidade institucional, relativa a promoção de produtos, serviços ou fins de interesse público ou cultural, que deve beneficiar de um desconto não inferior a 85% do preço e que deve ser identificada como tal por dispositivo óptico ou acústico apropriado	13ª	2		1 Cálculo do ratio de horas de publicidade institucional sobre o total da emissão da RTP1, conforme definido na lei 2 Confirmação do nº de horas de publicidade institucional exibidas 3 Realização de uma análise crítica do ficheiro que contenha as horas de publicidade institucional 4 Confirmação de que o desconto praticado não foi inferior a 85% do preço 5 Confirmação de que a publicidade institucional foi devidamente identificada 6 Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à identificação da publicidade institucional, no âmbito da Lei nº 2/2006 7 Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei 2/2006 8 Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006 9 Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC 10 Análise de eventuais queixas feitas à AACCS (actual ERC) e Gabinete para os Meios de Comunicação Social (GMCS) e as respectivas deliberações e relatórios	O detalhe da informação no Telereport não permite apurar a publicidade institucional, dado que de acordo com informação prestada pela RTP, integra o conceito no Telereport de espaço de publicidade comercial O detalhe da informação no Telereport não permite apurar a publicidade institucional, dado que de acordo com informação prestada pela RTP, integra o conceito no Telereport de espaço de publicidade comercial O detalhe da informação no Telereport não permite apurar a publicidade institucional, dado que de acordo com informação prestada pela RTP, integra o conceito no Telereport de espaço de publicidade comercial O desconto de publicidade institucional fixou-se abaixo dos 85%, não sendo cumprido o nº2 da cláusula 13ª do CCgSPT O detalhe da informação no Telereport não permite apurar a publicidade institucional, dado que de acordo com informação prestada pela RTP, integra o conceito no Telereport de espaço de publicidade comercial	Relatório não conclusivo		
J	Compensação Financeira do Estado	14ª							
J.1	Como contrapartida do cumprimento das obrigações do SPT, o Estado obriga-se a atribuir à RTP, anualmente, uma compensação financeira que deve revestir a forma jurídica de Indemnização Compensatória, destinada a financiar o cumprimento das referidas obrigações de serviço público	14ª	1		1 Análise quantitativa macro (contabilidade geral e analítica) 2 Vide ponto L				
J.2	Ao valor da Indemnização Compensatória acresce o iva calculado à taxa que for fixada para o exercício orçamental a que respeite a Indemnização Compensatória	14ª	2		1 Análise quantitativa macro (contabilidade geral e analítica)				

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA								
FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respectivos Custos do Serviço Público nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa								
CAPÍTULO 2 - Análises Globais Relativas à Avaliação do Cumprimento das Missões de Serviço Público de Televisão Constantes nos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão								
ANEXO 1.1 - Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do SPT e Respostivos Resultados do CCgSPT e Aditamento								
	MISSÃO	CCgSPT (*)			CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	LIMITAÇÃO
		C	Nº	A				
J.3	Relativamente às obrigações de inovação e desenvolvimento tecnológico previstas na cláusula 10ª, deve vigorar o regime específico fixado na cláusula 20ª	14ª	3	1	Vide pontos F e Q			
L	Determinação do valor da Indemnização Compensatória	15ª						
L.1	<i>Custo do Serviço de Programas Generalista:</i> - É o valor correspondente, a preços de mercado, à perda de receitas de publicidade decorrente da imposição de critérios específicos quanto ao conteúdo da programação de serviço público e de um limite ao número de minutos de publicidade por hora, inferior ao fixado para os restantes operadores	15ª I	1.1	1	Análise quantitativa macro (contabilidade geral e analítica)			
				2	Verificação de que os seis minutos de publicidade comercial por hora não são excedidos		A RTP1 não cumpre a cláusula 13.ª do CCgSPT, tendo sido identificadas situações de incumprimento do limite fixado na Lei.	
L.2	<i>Custo das Delegações e Correspondentes:</i> - É o montante correspondente ao custo total de funcionamento das Delegações e Correspondentes, com carácter permanente, localizados no país ou no estrangeiro em área geográfica onde os outros operadores de televisão não estejam também estabelecidos	15ª II	1.2	1	Análise quantitativa macro (contabilidade geral e analítica)			
				2	Verificação de que a RTP possui Delegações/Correspondentes nos países africanos de língua oficial portuguesa, Brasil e Comunidade Europeia			
L.3	<i>Custo dos Serviços de Programas Regionais:</i> - É o custo suportado com a exploração dos Centros de Produção e emissão nas regiões Autónomas da Madeira e dos Açores	15ª II	1.3 a)	1	Análise quantitativa macro (contabilidade geral e analítica)			
L.4	Devem ser tomados em consideração os custos de estrutura ou custos de programação específica, os custos relativos ao envio da programação para as Regiões Autónomas, os custos referentes à comunicação inter-ilhas, bem como o custo de transporte e difusão do sinal televisivo cobrado pela entidade difusora	15ª II	1.3 b)	1	Análise quantitativa macro (contabilidade geral e analítica)			
L.5	Aos custos de exploração devem ser retirados os respectivos proveitos incluindo as contribuições efectuadas pelas Regiões Autónomas ou terceiras entidades, públicas ou privadas	15ª II	1.3 c)					
L.6	<i>Custo de Exploração das Emissões Internacionais</i> - É a soma dos custos directos, e indirectos alocados numa base marginal, que permitam a produção e emissão de programas, dos custos com a programação específica dos direitos de autor e conexos, bem como dos custos referentes à	15ª II	1.4 a)	1	Análise quantitativa macro (contabilidade geral e analítica)			
				2	Identificação das acções e programas desenvolvidos em 2006 que se enquadrem no âmbito da Cooperação, com respectivos custos			
L.7	Aos custos de exploração devem ser retirados os respectivos proveitos	15ª II	1.4 b)					
L.8	<i>Custo de Exploração dos Arquivos Audiovisuais</i> - Corresponde aos encargos com a manutenção e actualização dos respectivos serviços	15ª II	1.5 a)	1	Análise quantitativa macro (contabilidade geral e analítica)			
L.9	Devem ser considerados os custos efectivamente dispendidos em instalações, meios humanos e materiais, directos e indirectos, alocados numa base marginal	15ª II	1.5 b)	1	Análise quantitativa macro (contabilidade geral e analítica)			
L.10	Aos custos de exploração devem ser retirados os respectivos proveitos	15ª II	1.5 c)					
L.11	<i>Custos com a Cooperação com os Países de Língua Portuguesa</i> - São os custos, com meios humanos e materiais, directos e indirectos, alocados numa base marginal no apoio às acções desenvolvidas em cooperação com aqueles países	15ª II	1.6	1	Análise quantitativa macro (contabilidade geral e analítica)			
L.12	<i>Custos referentes ao Diferencial de Cobertura</i> - Correspondem à diferença entre os custos suportados pela RTP com o transporte e difusão do sinal televisivo e os custos suportados para o mesmo efeito pelo maior operador privado em cobertura territorial que utilize a mesma entidade difusora, tendo como referência o mesmo número de horas de emissão	15ª II	1.7	1				
L.13	<i>Outros Custos</i> - São os custos com subsídios ao cinema, com a transmissão de eventos considerados de interesse público e em que a transmissão não se mostre assegurada sem a intervenção da RTP e com actividades de "host broadcasting" que não possam ser recuperados com a venda de serviços a terceiros	15ª II	1.8	1	Análise quantitativa macro (contabilidade geral e analítica)			
				2	Análise dos protocolos estabelecidos com o ICAM			
L.14	O alargamento da cobertura das emissões internacionais, das Delegações e Correspondentes, e a inclusão de novas missões de serviço público, com os correspondentes acréscimos de encargos a título de Indemnização Compensatória, fica condicionado à aprovação prévia pelo Ministro das	15ª II	2	1	Verificação da existência de aditamentos ao CCgSPT nos quais vigorem alargamentos de cobertura das emissões internacionais, Delegações e Correspondentes e ainda novas missões de serviço público			
				2	Em caso afirmativo, obter confirmação de que foram objecto de aprovação pelo Ministro das Finanças, ou se já se encontravam incluídos no plano de actividades			

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA								
FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respectivos Custos do Serviço Público nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa								
CAPÍTULO 2 - Análises Globais Relativas à Avaliação do Cumprimento das Missões de Serviço Público de Televisão Constantes nos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão								
ANEXO 1.1 - Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do SPT e Respostivos Resultados do CCgSPT e Aditamento								
	MISSÃO	CCgSPT (*)			CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	LIMITAÇÃO
		C	Nº	A				
L.15	Os aditamentos ao CCSPT previstos têm como referência quatro exercícios orçamentais e devem ser negociados em tempo útil para inscrição orçamental das respectivas Indemnizações Compensatórias	15º II	3	1	Vide a partir do ponto X			
M	Plano de Actividades e Orçamento	16º						
M.1	A RTP deve submeter à aprovação do Ministro das Finanças e do membro responsável pela área da Comunicação Social, até ao dia 31 de Outubro de cada ano, o Plano de Actividades e o Orçamento (PAOSP) relativos à prestação do serviço público no ano seguinte, os quais devem ser acompanhados dos pareceres do ROC e do CO	16º	1	1	Verificação dos trâmites definidos na presente cláusula		Os pareceres do ROC e do CO foram submetidos com atraso	
					2 Análise dos pressupostos definidos pela Administração da RTP para a construção do PAOSP 2006			
					3 Verificação da aprovação do PAOSP 2006 pela Administração da RTP			
M.2	O Plano de Actividades e o Orçamento devem reflectir um elevado padrão de eficiência de gestão na prestação do serviço público, incorporar progressivamente ganhos de produtividade e respeitar as orientações de natureza empresarial e os referenciais macroeconómicos indicativos dimanados do Governo	16º	2	1	Verificação dos trâmites definidos na presente cláusula			
M.3	Para efeitos de avaliação dos ganhos de eficiência, devem constar dos documentos acima referidos, os indicadores de custo real por hora de emissão, a taxa de reposição e o custo ponderado por quota de mercado	16º	3	1	Análise quantitativa macro (contabilidade geral e analítica)			
					2 Análise comparativa da evolução do custo real, da taxa de reposição e do custo ponderado por quota de mercado nos termos definidos			
N	Entrega da Indemnização Compensatória	17º						
N.1	A Indemnização Compensatória deve ser posta à disposição da RTP, através da Direcção-Geral do Tesouro, em pagamentos mensais efectuados até ao dia 15 de cada mês correspondentes a um doze avos do valor fixado para o respectivo ano	17º	1	1	Análise quantitativa macro (contabilidade geral e analítica)			
					2 Vide ponto L			
N.2	Até à entrada em vigor da Lei Orçamental para o ano, o pagamento da Indemnização Compensatória deve ser efectuado com base no valor do duodécimo referente ao exercício anterior, tendo como limite o montante correspondente a um doze avos do valor fixado para o ano em curso	17º	2		Análise quantitativa macro (contabilidade geral e analítica)			
N.3	No caso do valor do duodécimo referente ao exercício anterior ser inferior ao montante a pagar de acordo com o ponto N.1, a empresa deve ser compensada pelo diferencial verificado após a entrada em vigor da Lei Orçamental	17º	3		Análise quantitativa macro (contabilidade geral e analítica)			
O	Relatório	18º						
O.1	Até dia 31 de Maio de cada ano, a RTP deve apresentar ao Ministro das Finanças e ao membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social o Relatório, Balanço e Contas respeitante ao ano anterior	18º	1		Verificação dos trâmites definidos na presente cláusula			
O.2	Na mesma data deve igualmente ser submetido Relatório onde seja prestada circunstanciada informação sobre o cumprimento do orçamento e das obrigações do serviço público que lhe estão cometidas pela Lei e pelo contrato, incluindo o apuramento dos indicadores a que se refere o nº 3 da cláusula 15º, bem como dos critérios que permitam aferir a aplicação dos princípios da proporcionalidade e da transparência na aplicação do disposto na cláusula 15º	18º	2	1	Recolha e análise do RCOSP e de pareceres da IGF sobre RCOSP			
O.3	O relatório deve ser obrigatoriamente acompanhado do parecer do ROC	18º	3	1	Verificação dos trâmites definidos na presente cláusula			
P	Revisão do Acordo Plurianual	19º						
P.1	O acordo que determina o valor da Indemnização Compensatória pode ser objecto de revisão por acordo das partes quando se verificar em dois anos consecutivos desvios substanciais entre os pressupostos que serviram de base ao acordo e as condições efectivas da prestação do SPT			1	Verificação da existência de desvios substanciais consecutivos no RCOSP e, caso existam, verificar a existência de uma possível revisão			
				2	O relatório do Tribunal de Contas recomenda que o "Estado concedente deve, por outro lado, proceder à revisão do contrato de concessão, no sentido de o clarificar e precisar com vista a definir os objectivos e os termos de referência da prestação de serviço público, assim possibilitando, também, a subsequente avaliação do seu cumprimento". Esta recomendação foi acolhida e implementada parcialmente ao ter sido celebrado um novo contrato de concessão em 22/09/03. Este contrato poderá ainda ser objecto de revisão, de acordo com o disposto no Programa do XVII Governo Constitucional.			
Q	Investimento	20º						
Q.1	O Estado Português deve participar nos investimentos a realizar pela RTP, decorrentes de processos de renovação tecnológica ou que sejam exigidos por imposições de serviço público não previstas no CCSPT	20º	1	1	Análise quantitativa macro (contabilidade geral e analítica)			

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA										
FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respetivos Custos do Serviço Público nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa										
CAPÍTULO 2 - Análises Globais Relativas à Avaliação do Cumprimento das Missões de Serviço Público de Televisão Constantes nos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão										
ANEXO 1.1 - Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do SPT e Respetivos Resultados do CCgSPT e Aditamento										
	MISSÃO	CCgSPT (*)			CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	LIMITAÇÃO		
		C	Nº	A						
Q.2	Os Investimentos referidos anteriormente devem ser objecto de aprovação prévia por parte do Ministro das Finanças e pelo membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social	20ª	2		1 Análise quantitativa macro (contabilidade geral e analítica) 2 Verificação da aprovação pelo Ministro das Finanças e pelo membro do governo responsável pela área da Comunicação social dos investimentos referidos					
R	Indemnizações a Terceiros	21ª								
R.1	São da responsabilidade da RTP todas as indemnizações que, nos termos da Lei, sejam devidas a terceiros em consequência de qualquer actividade decorrente da concessão				1 Verificação, junto dos consultores jurídicos da RTP, da existência de queixas apresentadas contra a RTP 2 Verificação se estão incluídas nas contas da RTP indemnizações devidas nos termos da presente cláusula					
S	Fiscalização	22ª								
S.1	A fiscalização e a verificação do cumprimento do CCsPT são da competência do Ministro das Finanças e do membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social	22ª	1							
S.2	Em termos financeiros, a fiscalização referida anteriormente deve ser	22ª	2		1 Recolha e análise de pareceres da IGF sobre RCOSP					
S.3	A RTP deve celebrar com a IGF um Protocolo sujeito a aprovação dos membros do Governo referidos, identificando as obrigações de informação e os procedimentos de recolha e elaboração que permitam à IGF o exercício eficaz da competência que lhe está atribuída	22ª	3		1 Verificação da existência da proposta de Protocolo e do Protocolo devidamente aprovado	A RTP disponibilizou proposta de protocolo preparada e enviada pela RTP à IGF em 2008	Este protocolo não foi ainda celebrado.			
T	Auditoria Externa	23ª								
T.1	Deve ser efectuada uma auditoria externa anual realizada por empresa especializada a indicar pela AACs, cujo custo deve ser suportado pela RTP e que deve ter por objecto a verificação do cumprimento da missão do serviço público e a transparência e proporcionalidade dos fluxos financeiros a ele associados				1 Verificação da existência de auditorias externas anteriores, realizadas por empresa nomeada pela AACs (actual ERC)		De 2001 a 2005 não foram realizadas auditorias, tal como previsto no contrato de concessão			
U	Responsabilidade da RTP pela execução das obrigações que lhe são impostas	24ª								
U.1	O Estado Português pode aplicar sanções que, de acordo com a gravidade do incumprimento, podem consistir em multas				1 Verificação da existência de incumprimentos passados, que poderiam ter dado origem a sanções a aplicar pelo Estado Português					
V	Multas Contratuais	25ª								
V.1	Pelo incumprimento das obrigações assumidas no âmbito do CCsPT, a RTP pode ser punida com multa de 7.500 a 375.000 euros, determinada segundo a sua gravidade, a qual deve ser aferida em função dos riscos para a regularidade e continuidade da prestação do serviço público e dos prejuízos resultantes	25ª	1							
V.2	A violação dos limites impostos na cláusula 13ª à emissão de publicidade deve ser punida com multa correspondente à receita indevidamente obtida, acrescida de cinquenta por cento	25ª	2		1 Verificação da existência de eventuais multas resultantes do não cumprimento da cláusula 13ª do presente contrato		Através dos Processos Judiciais em curso fornecidos referente ao ano de 2006, existem cinco contra-ordenações movidas pelo Instituto do Consumidor, referentes à ultrapassagem dos limites de tempo por parte da publicidade, sendo o total das coimas aplicadas à RTP no valor de 101 250 euros			
V.3	É da competência conjunta do Ministro das Finanças e do membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social a aplicação das multas	25ª	3							
V.4	A sanção aplicada deve ser comunicada por escrito à RTP	25ª	4							
V.5	Os limites das multas devem ser actualizados anualmente de acordo com o índice de preços no consumidor no Continente	25ª	5							
X	ADITAMENTO AO CCgSPT									
X.1	Valor Indemnização Compensatória	1ª								
X.1	O montante total de Indemnização Compensatória anual a atribuir à RTP no período 2004 a 2007 encontra-se fixado em anexo	1ª	1		1 Verificação da Indemnização Compensatória recebida pela RTP em 2006 (2006: 124.000 Milhares euros)					
X.2	Ao valor referido no número anterior acresce IVA à taxa fixada para o exercício orçamental a que respeita a Indemnização Compensatória	1ª	2		1 Verificação da inclusão do iva no montante de Indemnização Compensatória a receber pela RTP em 2006					
X.3	O valor fixado no nº 1 tem em conta a atribuição a título de aumento de capital de um valor correspondente ao valor estimado das receitas publicitárias para o período em causa e bem assim uma contribuição dos Orçamentos das Regiões Autónomas no montante correspondente a 50% do valor dos custos suportados pelos Canais Regionais	1ª	3		1 Verificação da existência de eventuais contratos de suprimentos e escrituras de aumentos de capital e prestações acessórias, assinados em 2006 2 Verificação do valor efectivo da contribuição dos orçamentos das Regiões Autónomas					

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respectivos Custos do Serviço Público nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa

CAPÍTULO 2 - Análises Globais Relativas à Avaliação do Cumprimento das Missões de Serviço Público de Televisão Constantes nos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão

ANEXO 1.1 - Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do SPT e Respectivos Resultados do CCgSPT e Aditamento

	MISSÃO	CCgSPT (*)			CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	LIMITAÇÃO
		C	Nº	A				
X.4	O valor da Indemnização Compensatória não considera os custos do Canal objecto da Concessão Especial de Serviço Público cujo financiamento se presume efectuado com o valor da Contribuição Audiovisual não aplicado ao Serviço Público de Radiodifusão e as contribuições dos respectivos Parceiros	1ª	4	1	Verificação de que o montante (ou parte deste) de Indemnização Compensatória atribuída à RTP em 2006 não se destinou a cobrir os custos com a A2:			
				2	Verificação de que a atribuição do valor da Contribuição Audiovisual não aplicada ao serviço público de radiodifusão bem como as contribuições dos respectivos parceiros, se destinaram ao financiamento do A.2			
				3	Vide anexo Contrato Especial - ponto D			
Y	<i>Pressupostos Cálculo valor atribuído ao SPT generalista</i>	2ª						
Y.1	A redução de publicidade comercial a seis minutos por hora	2ª						
Y.2	A avaliação do mercado publicitário dos canais generalistas de sinal aberto em cerca de 300 milhões de euros	2ª						
Y.3	A perda de cerca de 20% da quota do mercado natural do canal generalista, decorrente dos padrões de exigência de uma Televisão de Referência que constitua uma verdadeira alternativa de serviço público	2ª						
Z	<i>Valor Serviços Específicos</i>	3ª						
Z.1	O valor atribuído aos serviços específicos teve em conta a natureza marginal da imputação dos custos que visa cobrir							
W	<i>Taxa de Inflação</i>	4ª						
W.1	A taxa de inflação média projectada para o período foi de 2,5%							
AA	<i>Revisão extraordinária do Aditamento</i>	5ª						
AA.1	Sem prejuízo do disposto na cláusula 19ª do CCSPT, e tendo em conta a profunda reestruturação por que passa o Grupo Rádio e Televisão de Portugal, as Partes acordam, desde já, proceder a uma análise e eventual revisão extraordinária deste aditamento no prazo de um ano			1				

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respectivos Custos do Serviço Público nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa

CAPÍTULO 2 - Análises Globais Relativas à Avaliação do Cumprimento das Missões de Serviço Público de Televisão Constantes nos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão

ANEXO 1.2 - Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do SPT e Respostas Resultados do CCeSPT

	MISSÃO	CCeSPT			CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	LIMITAÇÕES
		C	Nº	A				
A	Âmbito	2º						
A.1	A concessão especial de Serviço Público de televisão integra um serviço de programas particularmente vocacionado para a cultura, a ciência, a investigação, a inovação, a acção social, o desporto amador, as confissões religiosas, a produção independente, o cinema português, o ambiente, a defesa do consumidor e o experimentalismo audiovisual				<p>1 Análise da programação cultural exibida</p> <p>2 Análise da programação exibida vocacionada para a ciência, a investigação e a acção social</p> <p>3 Análise da programação exibida vocacionada para o desporto amador</p> <p>4 Análise da programação exibida vocacionada para as confissões religiosas</p> <p>5 Análise da programação de cinema português exibida</p> <p>6 Análise da programação exibida vocacionada para o ambiente, a defesa do consumidor, o experimentalismo audiovisual e a produção independente</p> <p>7 Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC</p>	<p>Através do Teleport, verifica-se a existência de programação cultural, cerca de 3.933 programas transmitidos em 9 336 761 segundos (cerca de 2.594 horas), o que corresponde a 39,6% do total da programação exibida neste canal.</p> <p>O desporto abrange cerca de 818 horas da programação total. O programa "Desporto 2.", com programação relacionada com desporto amador, foi emitido em cerca de 713 horas (87,2% da programação de Desporto); emissão de programas desportivos que difundem outras modalidades para além do futebol.</p> <p>Foram identificados 4 programas religiosos na programação emitida da A2., o que corresponde a 181 horas de programas religiosos emitidos e a 2,07% do total de horas emitidas</p>	<p>O cinema português ocupa apenas 25% do total de cinema exibido pela A2:</p>	<p>O teleport não fornece informação sobre programas com natureza mais experimental</p>
B	Abertura à Sociedade Civil	5º						
B.1	O serviço de programas deve concretizar uma abertura progressiva à sociedade civil, de modo a associá-la à prossecução do SPT, através da associação dos parceiros que, nas respectivas áreas de actuação, contribuam para uma programação especializada e de qualidade	5º	1		<p>1 Análise da grelha de programação, tendo em conta a inclusão de programas de interesse geral e a sua diversidade</p> <p>2 Identificação de eventuais parceiros com os quais foi estabelecida cooperação com vista à obtenção de uma programação especializada e de qualidade</p> <p>3 Comparação das grelhas de programação da A2: com as de outros canais</p> <p>4 Análise de programação exibida (averiguando a existência de programas específicos tendentes ao cumprimento desta missão)</p> <p>5 Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à manutenção de padrões de qualidade na prestação do SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006</p> <p>6 Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006</p> <p>7 Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006</p> <p>8 Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC</p> <p>9 Análise do Relatório do Tribunal de Contas de 2005</p>	<p>A A2: tem uma grelha bastante diversificada com géneros que abrangem diversos tipos de</p> <p>Foi-nos dada listagem dos parceiros da A2: com os quais mantém acordos. Esta listagem inclui 100 entidades diferentes.</p> <p>A2: é o canal com grelha mais diversificada, quando comparada com RTP1, SIC e TVI: Grelha diversificada de acordo com cláusula 2ª do presente contrato: A2: emitiu maioritariamente programas de artes e documentais (fonte: Anuário 2006). De acordo com teleport, cerca de 32,75% da grelha da A2: abrangeu o género cultura geral/conhecimento.</p> <p>Grande parte da programação da A2: é feita em conjunto com os parceiros da sociedade civil. Fomos habilitados com a listagem de entidades com quem a A2: mantém acordos (são cerca de 100 entidades). A A2: possui um programa chamado "Sociedade Civil", com emissões diárias que atingiram cerca de 462 horas.</p>	<p>Incumprimento de horários e da grelha anunciada; descontinuidade de emissões; não identificação da repetição de programas; necessidade de revisão do tempo e horário dos programas de debate.</p>	<p>Relatório não conclusivo</p> <p>Relatório só abrange 5 meses (Ago-Dez)</p>
B.2	A participação de diversos parceiros será objecto de protocolos específicos e poderá revestir, entre outras, a forma de fornecimento de programas, cedência de meios, apoio técnico ou científico, cedência de direitos e ainda o patrocínio	5º	2		<p>1 Identificação dos parceiros e da forma que revestiu a sua participação</p> <p>2 Obtenção dos protocolos celebrados neste âmbito</p>	<p>A listagem de acordos com parceiros inclui 100 entidades.</p>		
B.3	Da articulação entre os parceiros e a direcção do serviço de programas deve resultar um processo de consensualização de conteúdos e de formatação da produção, que garanta a manutenção de elevados padrões de qualidade e o respeito pelo enquadramento normativo da actividade de televisão em geral e do serviço público em especial	5º	3		<p>1 Verificação, através dos protocolos celebrados, do acordado com os parceiros relativamente aos conteúdos e formatação da produção</p> <p>2 Verificação da existência/manutenção de padrões de qualidade e respeito pelo enquadramento normativo da actividade de televisão e do serviço público</p> <p>3 Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à manutenção dos padrões de qualidade na prestação do SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006</p> <p>4 Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006</p> <p>5 Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006</p> <p>6 Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC</p> <p>7 Análise do Relatório do Tribunal de Contas de 2005</p>	<p>Incumprimento de horários e da grelha anunciada; descontinuidade de emissões; não identificação da repetição de programas; necessidade de revisão do tempo e horário dos programas de debate</p>	<p>Relatório não conclusivo</p> <p>Relatório só abrange 5 meses (Ago-Dez)</p>	
C	Obrigações Gerais							
C.1	A RTP deve assegurar a complementaridade de uma programação face à do serviço de programas generalista de serviço público, com base num modelo centrado na divulgação do conhecimento, nas suas diversas vertentes	7º	a)		<p>1 Avaliação da grelha de programação tendo em conta a sua diversidade</p> <p>2 Comparação das grelhas de programação da A2: com as de outros canais</p> <p>3 Análise de programação exibida (averiguando a existência de programas específicos tendentes ao cumprimento desta missão)</p> <p>4 Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à inexistência de determinados géneros de programas, no âmbito da Lei nº 2/2006</p> <p>5 Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006</p> <p>6 Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006</p>	<p>A grelha da A2: é a mais diversificada quando comparada com a da SIC, TVI e RTP1.</p> <p>A emissão de cultura geral ocupa 32,78% da programação da A2, enquanto que na RTP1 ocupa apenas 5,07%, na SIC ocupa cerca de 2,88% e na TVI cerca de 2,71%.</p> <p>Após análise das grelhas da RTP1 e da A2: verificou-se que a A2: complementa a grelha da RTP1 nos géneros em que a RTP1 tem menos emissões, nomeadamente na cultura geral/conhecimento e na juventude.</p> <p>A2: assegura a existência de programas relacionados com cultura e ciência, praticamente inexistentes na grelha da RTP1.</p>	<p>A2: não tem a mesma visibilidade que a RTP1.</p>	

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA							
FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respectivos Custos do Serviço Público nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa							
CAPÍTULO 2 - Análises Globais Relativas à Avaliação do Cumprimento das Missões de Serviço Público de Televisão Constantes nos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão							
ANEXO 1.2 - Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do SPT e Respectivos Resultados do CCEsPT							
MISSÃO	CCEsPT			CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	LIMITAÇÕES
	C	Nº	A				
				Análise das conclusões vertidas no relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão (SPT)	A A2: emite um programa em parceria com o IEFP chamado "Iniciativa" sobre formação profissional que teve uma emissão de 60 horas em 2006. O programa "Causas Comuns" sobre o mercado de trabalho, acção social, direitos do consumidor, defesa ambiente, democracia e participações cívicas, etc foi emitido durante 92 horas, em conjunto com vários parceiros da sociedade civil.		
C.2	A RTP deve assegurar a abertura à sociedade civil de modo a reforçar, pela diferença, os princípios da universalidade, da coesão e da proximidade do serviço público	7ª	b)	1	Análise de audiências (classes, regiões, sexos, idades, religiões, partidos, etc)		A A2: é a estação que menor audiência tem quando comparada com a SIC, TVI e RTP1. A quota de mercado junto do público infantil diminuiu em 2006. O tempo de visionamento fixou-se em 11 minutos, abaixo do tempo de visionamento dos outros canais considerados.
				2	Análise de programação exibida (averiguando a existência de programas específicos tendentes ao cumprimento desta missão)	Alguns dos acordos/protocolos celebrados pela A2: com os parceiros da sociedade civil deram origem a programas de televisão (ex: Universidade Aberta, ANJE, IEFP, INR)	
				3	Análise da transmissão física (cobertura) da emissão da RTP1, A2: e RTP Memória no território nacional (continente e ilhas), da RTP Madeira e RTP Açores nas respectivas Regiões Autónomas, da RTP África no continente africano e da RTP1 no mundo (nomeadamente na Comunidade Língua Portuguesa)		
C.3	A RTP deve assegurar uma programação criativa e variada de divulgação do saber da informação e das artes e espectáculos, que promova o desenvolvimento da compreensão da sociedade e das instituições e o melhor conhecimento das civilizações e da sua história, da defesa do ambiente e das minorias e da divulgação do papel das confissões religiosas na sociedade	7ª	c)	1	Análise da diversidade da grelha de programação	A grelha da A2: é a mais diversificada quando comparada com a da RTP1, SIC e TVI. Não existe centralização num só género de programas, como a concorrência (SIC e TVI).	Apesar de ter uma maior diversificação de programas na sua grelha, a A2. É o canal com menor visibilidade (audiência) quando comparada com a RTP1; SIC e TVI.
				2	<i>Promoção da artes e espectáculos:</i>		
				2.1	- Análise da programação exibida de obras de ficção, drama, música produzidas nacionalmente	A A2: apresenta cerca de 74 horas e 43 minutos de programação musical e obras de ficção de cerca de 91 horas e 46 minutos produzidas nacionalmente, representando cerca de 1,27% e 1,56% respectivamente, em comparação com a programação total.	A programação nacional de música e obras de ficção possui pouco espaço na grelha da A2:
				2.2	- Análise da divulgação e promoção de obras artísticas nacionais exibidas ou não exibidas em televisão		
				2.3	- Avaliação da existência cooperação ou apoio pela RTP de obras artísticas nacionais	Pela análise da listagem de parceiros civis com quem a A2: mantém acordos, foi possível identificar alguns que actuam nesta área (ex: Sociedade Nacional Belas artes, Sociedade Portuguesa de Autores, Centro Cultural de Lisboa Pedro Hispano, Centro Nacional Cultura...)	
				3	<i>Promoção do conhecimento da sociedade, das instituições, das civilizações e sua história:</i>		
				3.1	- Verificação da existência de emissão de programas relativos ao património histórico e cultural do país	Foi possível identificar alguns programas referentes ao património e à cultura do nosso país. Os mesmos representam cerca de 3% da produção da A2:	
				3.2	- Avaliação da existência de cooperação ou apoio pela A2: à promoção do património histórico e cultural do país, nomeadamente através de eventuais protocolos com organismos públicos	De acordo com listagem de parceiros da sociedade civil obtida, verificámos a existência de acordos com entidades que actuam nesta área (ex: ADREPES, Ass Artesãos Região Norte, Centro nacional Cultura, Ministério da Cultura...)	
				3.3	- Análise da percentagem de obras que promovam o conhecimento do património histórico e cultural das civilizações de outros países		
				4	<i>Promoção da defesa do ambiente e das minorias:</i>		
				4.1	- Análise da programação exibida com o objectivo de despertar a consciência ambiental e alertar para os diferentes tipos de exclusão sofrida por algumas minorias	Existência um programa chamado Consigo sobre boas práticas e inclusão social de deficientes emitido em 36 horas e 11 minutos, em parceria com o Instituto Nacional para a Reabilitação.	Existem poucos programas sobre o tema ambiental. Programação específica destinada a minorias é pouca.
				4.2	- Análise da percentagem de obras que promovam a defesa do ambiente e das minorias		Os programas com tema ambiental representam apenas 1,4% do total de horas emitidas neste canal.
				5	<i>Promoção da divulgação do papel das confissões religiosas:</i>		
5.1	- Análise da programação dedicada às confissões religiosas	Foram identificados 4 programas religiosos na programação emitida da A2:					
5.2	- Verificação do cumprimento do acordo Artémis com as Confissões Religiosas		A emissão de programas não está de acordo com o contrato.				
5.3	- Análise da percentagem de obras que promovam a divulgação do papel das confissões religiosas	Foram identificados 4 programas religiosos na programação emitida da A2., o que corresponde a 181 horas de programas religiosos emitidos e a 2,07% do total de horas emitidas					
6	Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à criatividade e variedade da programação transmitida, bem como à sua contribuição para a compreensão da sociedade e suas instituições e ainda para melhor conhecimento das civilizações e respectiva história, defesa do ambiente, minorias e confissões religiosas, no âmbito da Lei nº 2/2006	A religião foi o tema com menos mensagens recebidas pelo Provedor.					
7	Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006						
8	Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006						
9	Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC		Relatório não conclusivo.				
						Relatório só abrange 5 meses (Ago-Dez).	
C.4	A RTP deve assegurar uma especial vocação de exibição da produção audiovisual de origem nacional, nomeadamente a de natureza mais experimental	7ª	d)	1	Verificação da percentagem de exibição da produção audiovisual experimental nacional face ao tempo de programação		
				2	Obtenção de um resumo das horas exibidas segregadas por origem de produção	A maior parte das horas exibidas na A2: são de origem nacional (67,13%).	
				3	Análise crítica dos programas de produção audiovisual de origem nacional e com natureza mais experimental		
C.5	A RTP deve assegurar a promoção da produção de documentários que contribuam para a divulgação da História, da Língua e da Cultura Portuguesas	7ª	e)	1	Promoção de documentários sobre a História, a Língua e a Cultura do país:		
				1.1	- Verificação da existência de emissão de documentários relativos à História, Língua e Cultura Portuguesas	Após análise da grelha da A2: foram identificados 3 programas relativos à história, língua e cultura portuguesas: "A Alma e a Gente", "O lugar da História", "Portugal Retratos de Sucesso"	Pouca visibilidade deste tipo de programas
				1.2	- Avaliação da existência de cooperação ou apoio pela RTP à promoção da História, Língua e Cultura do país, nomeadamente através de eventuais protocolos com organismos públicos com vista à realização de documentários	De acordo com listagem de parceiros da sociedade civil obtida, verificámos a existência de acordos com entidades que actuam nesta área (ex: Centro Cultural de Lisboa Pedro Hispano, Centro Nacional Cultura, Fundação Calouste Gulbenkian, Fundação de Serralves...)	
				1.3	- Análise da percentagem de obras que promovam a divulgação da História, Língua e Cultura Portuguesas		
2	Análise das conclusões vertidas no relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão (SPT)	(i) A A2: emite semanalmente o programa "A Alma e a Gente", "Docs" e "Nacional Geografic", entre outros. Assim sendo, o total de documentários obtém uma percentagem de 5,36%, sendo a origem nacional de 3,07%; (ii) A "Alma e a Gente" é um programa histórico, emitido todas as semanas pela A2: perfazendo um total de 62 horas ao longo do ano. O "lugar da História" e "Portugal Retratos de Sucesso" emitidos semanalmente ocuparam 55 minutos e 7 horas e 16 minutos, respectivamente					
C.6	A RTP deve assegurar a colaboração com Universidades, Institutos Politécnicos e outros estabelecimentos de ensino, de modo a garantir uma abertura permanente à ligação ao ensino nos seus diversos graus	7ª	f)	1	Segregação das horas de exibição dedicadas às Universidades, Institutos Politécnicos e outros estabelecimentos de ensino	Através do telereport, verificamos a existência de programação emitida em colaboração com Universidades, Institutos Politécnicos e outros estabelecimentos de ensino, num total de cerca de 184 horas.	
				2	Averiguação das condições de produção		
				3	Garantia de que a cedência é efectuada a título gratuito		
				4	Realização de uma análise à documentação existente: acordos, definições de tempos de exibição, entre outros	Da listagem de acordos com parceiros da A2: disponibilizada, encontramos 10 faculdades/universidades (Faculdade Motricidade Humana, Escola Superior comunicação Social, Escola Superior Educação Coimbra, Universidade Lisboa, universidade Lusófona, Universidade Aberta, etc...)	
				5	Identificação dos objectivos da colaboração com estes estabelecimentos e verificação se as parcerias efectuadas os cumpriram		

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respectivos Custos do Serviço Público nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa

CAPÍTULO 2 - Análises Globais Relativas à Avaliação do Cumprimento das Missões de Serviço Público de Televisão Constantes nos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão

ANEXO 1.2 - Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do SPT e Respectivos Resultados do CCeSPT

MISSÃO	CCeSPT			CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	LIMITAÇÕES
	C	Nº	A				
				Análise das conclusões vertidas no relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão (SPT)	(i) A A2: tem 2 programas em parceria com a Universidade Aberta e outras entidades da área chamados "Universidade Aberta" e "Universidades". Estes programas ocupam cerca de 2,10% do total das horas de emissão deste canal. (ii) O programa "Universidades" permite que alunos das universidades produzam programas que depois são aqui emitidos.		
C.7	A RTP deve assegurar uma programação de qualidade direccionada para as múltiplas necessidades dos diversos públicos específicos e, em particular, para os públicos mais jovens, para as minorias e para os cidadãos com dificuldades acrescidas de comunicação ou mobilidade	7ª	g)	<p>1 <i>Públicos mais jovens:</i></p> <p>1.1 - Segregação da programação produzida e exibida em 2006 de acordo com a tipologia da missão, avaliando a sua contribuição para a formação do público-alvo</p> <p>2 <i>Minorias:</i></p> <p>2.1 - Segregação da programação produzida e exibida em 2006 de acordo com a tipologia da missão, avaliando a sua contribuição para a sua integração social</p> <p>3 <i>Cidadãos com dificuldades de comunicação ou mobilidade:</i></p> <p>3.1 - Segregação da programação produzida e exibida em 2006 de acordo com a tipologia da missão, avaliando a possibilidade de acompanhamento das emissões (Teletexto/legendagem)</p> <p>4 Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à qualidade da programação transmitida e direccionada especialmente para os públicos mais jovens, para as minorias e para os cidadãos com dificuldades acrescidas de comunicação ou mobilidade, no âmbito da Lei nº 2/2006</p> <p>5 Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006</p> <p>6 Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006</p> <p>7 Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC</p> <p>8 Análise de eventuais processos judiciais instaurados contra a RTP relativamente a esta missão</p> <p>9 Análise das conclusões vertidas no relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão (SPT)</p>	<p>Existência um programa chamado Consigo sobre boas práticas e inclusão social de deficientes emitido em 36 horas e 11 minutos, em parceria com o Instituto Nacional para a Reabilitação.</p> <p>Telereport: A categoria destinada ao público Infantil/Juvenil corresponde a 22,38% do total de emissão na A2, com cerca de 2.000 horas. A partir do dia 14OUT06 começou a ser emitido na A2: um programa sobre a actualidade e as novas tendências chamado "Kulto", cujas emissões até ao final do ano totalizaram 5 horas.</p>	<p>Existem 3 programas que pontualmente surgem a horas desadequadas.</p> <p>Apenas foi identificado um programa sobre este tema.</p> <p>A A2: transmite 6.971 emissões com produção de origem nacional mas só 660 dessas emissões contém legendagem.</p> <p>Fraca presença de jovens em antena e de programas a eles destinados; erros de português; referências de carácter sexual na programação infantil; transmissão de programas infantis desajustada dos horários escolares, como é o exemplo do programa "Zig-Zag". O provedor recebeu queixas sobre a emissão de promoções de filmes ou séries durante o horário diurno ou a horas acessíveis a crianças e adolescentes.</p> <p>Relatório não conclusivo</p> <p>7 processos judiciais em curso relativos à transmissão na A2: de filmes sem o identificador visual apropriado, no valor total de 427 723,5 Eur cuja provisão constituída pela RTP ascendeu a 45 000 Eur</p>	
D	<i>Publicidade</i>						
D.1	Não é permitida a emissão de publicidade comercial na A2:	8ª	1	<p>1 Garantia de que não foi emitida publicidade comercial na A2:</p> <p>2 Confirmação do nº de horas de publicidade institucional exibidas</p> <p>3 Obtenção de eventuais pareceres jurídicos sobre esta matéria</p> <p>4 Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à proibição de emissão de publicidade comercial na A2; no âmbito da Lei nº 2/2006</p> <p>5 Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006</p> <p>6 Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006</p> <p>7 Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC</p>	<p>Através do ficheiro Telereport não foi identificado publicidade comercial na A2:</p> <p>Foi incluído na programação da A2: um total de 5181 blocos num total de 97,5 horas.</p> <p>Não foi encontrada evidência de pareceres jurídicos sobre esta matéria</p>	Relatório não conclusivo	
D.2	Dentro dos limites fixados na Lei, a A2: pode emitir publicidade institucional relativa à promoção de produtos, serviços ou fins de interesse público ou cultural, que deve beneficiar de um desconto não inferior a 85% do preço, e que deve ser identificada como tal por dispositivo óptico ou acústico apropriado	8ª	2	<p>1 Cálculo do ratio de horas de publicidade institucional sobre o total da emissão da A2; conforme definido na lei</p> <p>2 Confirmação do nº de horas de publicidade institucional exibidas</p> <p>3 Realização de uma análise crítica do ficheiro que contenha as horas de publicidade institucional</p> <p>4 Confirmação de que o desconto praticado não foi inferior a 85% do preço</p> <p>5 Confirmação de que a publicidade institucional foi devidamente identificada</p> <p>6 Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à identificação da publicidade institucional, no âmbito da Lei nº 2/2006</p> <p>7 Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006</p> <p>8 Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006</p> <p>9 Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC</p>		Relatório não conclusivo	
D.3	São permitidos patrocínios, com um máximo de dez inserções, com um máximo de cinco segundos cada, por hora e programa patrocinado, desde que afectos a programas de produção própria do serviço ou dos seus parceiros, ficando excluídos as transmissões desportivas não amadoras e os programas de ficção estrangeiros	8ª	3	<p>1 Confirmação do nº e duração das inserções de patrocínios por hora e programa</p> <p>2 Confirmação de que esses patrocínios não contemplaram as transmissões desportivas não amadoras e os programas de ficção estrangeiros</p> <p>3 Análise dos pareceres emitidos sobre queixas/sugestões ao Provedor do Telespectador relativamente à emissão de patrocínios, no âmbito da Lei nº 2/2006</p> <p>4 Análise das conclusões do Provedor do Telespectador sobre os critérios adoptados e os métodos utilizados na elaboração e apresentação da programação e da informação difundidas pelo SPT, no âmbito da Lei nº 2/2006</p> <p>5 Análise do relatório anual 2006 produzido pelo Provedor do Telespectador, no âmbito da Lei nº 2/2006</p> <p>6 Análise do Relatório de Regulação 2006 da ERC</p>	Pelo relatório do Provedor não foi identificada nenhuma queixa sobre este tema	Relatório não conclusivo	
E	<i>Financiamento</i>	9ª					
E.1	O financiamento das obrigações do SPT decorrentes do CCSPT deduzidos os custos suportados directa ou indirectamente pelos parceiros, deve ser assegurado pela RTP, mediante a alocação de fundos provenientes da contribuição para o Audiovisual que não sejam necessários ao cumprimento das obrigações decorrentes do nº2 do artigo 3º e do artigo 20º da Lei nº33/2003			Vide anexo Contrato Geral e Aditamento - ponto X.4			
F	<i>Plano de Actividades e Orçamento</i>	10ª					
F.1	A RTP deve submeter à aprovação do Ministro das Finanças e do membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social, até ao dia 31 de	10ª	1	Verificação dos trâmites definidos na presente cláusula	O PAOSP foi submetido a 07NOV05 para aprovação; O parecer do ROC foi submetido a 20DEZ05; o parecer do CO foi submetido a 06DEZ05.		

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respectivos Custos do Serviço Público nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa

CAPÍTULO 2 - Análises Globais Relativas à Avaliação do Cumprimento das Missões de Serviço Público de Televisão Constantes nos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão

ANEXO 1.2 - Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do SPT e Respectivos Resultados do CCeSPT

	MISSÃO	CCeSPT			CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	LIMITAÇÕES
		C	Nº	A				
	Outubro de cada ano, o Plano de Actividades e o Orçamento relativos à prestação do serviço público no ano seguinte, os quais serão acompanhados por pareceres do ROC, do CO e do Conselho de Acompanhamento				Análise dos pressupostos definidos pela Administração da RTP para a construção do PAOSP 2006	Ordem Serviço 12 de 07OUT05: Os princípios fundamentais subjacentes à elaboração do orçamento deverão ser: (i) Ganhos de eficiência nas remunerações variáveis, que possam compensar o agravamento dos quadros com remunerações fixas; tem-se em conta, nomeadamente, uma utilização mais eficaz das normas de gestão de horários e a redução, se possível, de colaborações externas avulsas; (ii) Redução de 2,55 dos custos com fornecimentos e serviços, baseados na racionalização de processos, na optimização da gestão dos recursos disponíveis, na renegociação de preços e na selecção cuidada de fornecedores; consumíveis, viagens, comunicações, são apenas algumas das rubricas que deverão contribuir para o objectivo global da redução das mesmas. O PAOSP encontra-se assinado.		
				2				
				3	Verificação da aprovação do PAOSP 2006 pela Administração da RTP			
F.2	O Plano de Actividades e o Orçamento acima referidos devem reflectir um elevado padrão de eficiência de gestão na prestação do serviço público, incorporar progressivamente ganhos de produtividade e respeitar as orientações de natureza empresarial e os referenciais macroeconómicos indicativos dimanados do Governo	10ª	2		Verificação dos trâmites definidos na presente cláusula			
F.3	Para efeitos de avaliação dos ganhos de eficiência devem constar dos documentos referidos nos números anteriores os indicadores de custo real por hora de emissão, a taxa de reposição, e o custo ponderado por quota de	10ª	3		1 Análise quantitativa macro (contabilidade geral e analítica) 2 Análise comparativa da evolução do custo real, da taxa de reposição e do custo ponderado por quota de mercado nos termos definidos			
G	Relatório	11ª						
G.1	Os documentos de prestação de contas e os relatórios referidos na cláusula 18ª do CCgSPT, devem evidenciar, de forma autónoma, os elementos de informação relativos ao serviço de programas objecto da presente concessão especial				Vide Anexo Contrato Geral e Aditamento - Ponto O			
H	Indemnizações a Terceiros	12ª						
H.1	São da inteira responsabilidade da RTP todas as indemnizações que, nos termos da Lei, sejam devidas a terceiros em consequência de qualquer actividade				1 Verificação, junto dos consultores jurídicos da A2, da existência de queixas apresentadas contra a A2; 2 Verificação de que estão incluídas nas contas da A2: indemnizações devidas nos termos da presente cláusula			
I	Fiscalização	13ª						
I.1	A fiscalização e a verificação do cumprimento do CCeSPT são da competência do Ministro das Finanças e do membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social	13ª	1		-			
I.2	No plano financeiro, a fiscalização referida no número anterior deve ser	13ª	2		1 Recolha e análise de pareceres da IGF sobre RCOSP			
I.3	O Protocolo a que se refere o nº3 da Cláusula 22ª do CCgSPT, a celebrar com a IGF, deve identificar de forma autónoma as obrigações de informação relativas ao serviço de programas objecto da presente concessão especial	13ª	3		Vide Anexo Contrato Geral e Aditamento - Ponto S.3			
J	Auditoria Externa	14ª						
J.1	Deve ser efectuada uma auditoria externa anual, realizada por empresa especializada a indicar pela AACS, cujo custo deve ser suportado pela RTP, e que deve ter por objecto a verificação do cumprimento da missão do serviço público e a transparência e proporcionalidade dos fluxos financeiros a ele associados				Verificação de que existiram auditorias externas anteriores, realizadas por empresa(s) nomeada(s) pela AACS (actual ERC)	A AACS (actual ERC) não providenciou a realização de nenhuma auditoria externa, prevista na cláusula 23ª do CCgSPT (Relatório IGF). A auditoria está a ser realizada em 2008 pela auditora BDO, referente ao ano 2006.		
L	Responsabilidade da RTP pela execução das obrigações que lhe são impostas	15ª						
L.1	O Estado Português pode aplicar sanções que, de acordo com a gravidade do incumprimento, podem consistir em multas				1 Verificação da existência de incumprimentos passados, que poderiam ter dado origem a sanções a aplicar pelo Estado Português			
M	Multas Contractuais	16ª						
M.1	Pelo incumprimento das obrigações assumidas no âmbito do CCsPT, a RTP pode ser punida com multa de 7.500 a 375.000 euros, determinada segundo a sua gravidade, a qual deve ser aferida em função dos riscos para a regularidade e continuidade da prestação do serviço público e dos prejuízos resultantes	16ª	1		-			
M.2	A violação dos limites impostos na cláusula 8ª à emissão de publicidade deve ser punida com multa correspondente à receita indevidamente obtida, acrescida de cinquenta por cento	16ª	2		1 Verificação da existência de eventuais multas resultantes do não cumprimento da proibição de transmissão de publicidade comercial na A2;	Não fomos habilitados com evidência da existência de multas no âmbito do contrato		
M.3	É da competência conjunta do Ministério das Finanças e do membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social a aplicação das multas	16ª	3		-			
M.4	A sanção aplicada deve ser comunicada por escrito à RTP	16ª	4		-			

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respectivos Custos do Serviço Público nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa

CAPÍTULO 2 - Análises Globais Relativas à Avaliação do Cumprimento das Missões de Serviço Público de Televisão Constantes nos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão

ANEXO 1.2 - Matriz dos Procedimentos de Avaliação das Missões do SPT e Respectivos Resultados do CCeSPT

	MISSÃO	CCeSPT			CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS	LIMITAÇÕES
		C	Nº	A				
M.5	Os limites das multas devem ser actualizados anualmente de acordo com o índice de preços no consumidor, no continente	16º	5		-			
N	<i>Avaliação e Revisão do Contrato</i>	17º						
N.1	O presente contrato deve ser objecto de revisão decorridos que sejam dois anos sobre a sua assinatura, de modo a incorporar as alterações impostas pela evolução e desenvolvimento do serviço de programas				-			

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

		Unidades de Hora																				Minutos				
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	
01-04-2006 Sábado	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	4,06	4,40	-	-	-	-	1,40	5,98	5,55	5,10	-	6,12	11,39	-	14,09	5,98	5,40	-	6,28	-	5,93	12,10	6,04	6,02	105,84
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,74	-	-	-	0,42	2,39	1,00	2,22	2,60	0,17	-	2,18	4,01	1,37	0,91	0,92	0,90	-	1,42	-	1,67	4,90	1,46	0,58	33,11
	OUTROS	18,70	50,90	79,50	-	36,18	69,61	52,70	52,70	46,90	50,20	28,93	57,70	50,60	3 blocos: prog. "Febre de Sábado - 25 Anos"	10	57,70	35,30	58,10	-	97,90	67,70	32,90	70,40	1.159,25	
	PATROCÍNIO	0,10	1,00	0,80	-	0,90	1,20	0,70	-	1,30	0,40	0,30	0,40	1,90	50	0,70	0,10	0,20	-	0,40	0,50	0,10	0,80	13,80		
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,70	5,10	2,20	-	2,00	2,60	3,50	1,20	3,30	1,90	0,90	2,10	4,40	80	2,70	0,50	4,10	-	2,20	4,10	2,10	3,10	55,60		
	TELEVENIDAS	-	-	-	-	75,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75,60
	Total	24,30	61,40	82,50	-	115,10	75,80	59,30	62,10	60,30	60,20	30,30	68,50	72,30	64,70	47,80	64,30	67,40	35,90	70,10	-	108,10	89,30	42,60	80,90	1.443,20
02-04-2006 Domingo	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	0,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,60
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,80	3,40	0,50	2,10	-	1,33	2,56	-	5,93	7,80	5,89	6,09	6,09	12,04	6,04	5,30	-	6,08	6,10	5,66	12,40	6,05	5,16	112,32	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	-	1,17	0,74	-	2,42	3,07	-	1,17	3,01	0,41	0,91	3,96	2,16	0,50	1,42	1,50	3,24	3,80	0,25	0,84	29,57
	OUTROS	36,10	49,50	48,80	58,50	67,20	70,00	59,10	-	110,28	47,50	28,70	60,30	45,10	77,30	35,10	44,90	64,80	29,53	61,10	38,80	80,90	36,00	48,30	64,30	1.262,11
	PATROCÍNIO	0,30	0,80	0,40	0,40	0,40	0,10	0,30	-	-	-	0,10	0,20	0,60	0,60	0,80	-	0,30	0,20	0,30	0,10	0,20	0,10	0,30	1,10	7,60
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,50	3,10	-	-	-	2,30	2,60	-	1,50	2,30	1,10	1,00	0,80	2,10	3,10	0,40	0,90	0,50	1,30	0,90	1,60	0,80	1,30	0,80	30,90
	Total	44,70	57,40	49,70	61,00	67,60	74,90	65,30	114,20	58,80	37,70	70,40	53,00	87,00	55,00	53,50	71,80	30,40	70,20	47,40	91,60	53,10	56,20	72,20	1.443,10	
03-04-2006 Segunda-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	2,32	-	-	-	1,20	5,17	4,51	4,64	3,58	9,61	-	11,97	-	5,04	10,90	5,34	5,35	0,40	5,37	5,96	5,86	6,06	7,40	5,92	106,60
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	0,33	-	-	-	1,93	1,79	1,96	1,12	4,99	-	1,83	-	1,86	1,50	1,66	2,25	0,50	1,93	2,44	2,44	2,64	1,20	0,08	32,53
	OUTROS	42,70	-0,33	-	23,40	29,30	50,60	51,80	52,90	78,60	37,10	36,40	65,30	36,60	51,10	61,20	65,80	47,80	58,30	49,50	20,50	38,90	59,10	82,80	52,60	1.091,97
	PATROCÍNIO	-	-	-	-	-	0,30	0,40	0,50	0,30	0,50	-	0,10	0,20	0,10	0,40	0,10	0,60	0,10	0,90	0,30	0,20	0,30	0,50	0,50	6,10
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	-	-	-	0,20	1,70	2,00	1,80	3,60	2,30	0,30	2,60	-	2,40	3,80	0,90	1,00	1,00	0,80	1,30	1,60	1,70	3,10	2,50	34,60
	TELEVENIDAS	-	-	-	171,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Total	45,10	-	-	195,00	30,70	59,70	60,50	61,80	87,20	54,50	36,70	81,80	36,60	60,50	77,80	73,80	57,00	60,30	58,50	30,50	49,00	69,80	95,00	61,60	1.443,40
04-04-2006 Terça-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	2,12	1,60	-	-	-	5,47	4,43	3,14	4,32	8,28	0,30	12,04	-	5,60	12,23	-	13,34	-	12,07	-	8,63	4,82	13,24	-	111,63
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	-	-	-	1,01	0,13	1,87	2,06	1,88	2,22	-	1,16	-	1,30	3,47	0,58	0,16	-	5,53	1,80	1,67	4,38	0,96	-	30,26
	OUTROS	42,60	42,10	-	23,60	56,39	26,00	52,00	54,80	32,50	92,90	30,60	61,90	35,00	53,30	62,20	63,22	29,20	49,60	63,20	61,40	41,00	50,60	44,60	60,90	1.129,61
	PATROCÍNIO	0,40	0,10	-	-	-	0,40	0,10	0,50	0,20	0,80	0,10	0,20	0,60	0,60	0,60	0,30	0,60	0,10	0,70	0,60	0,80	0,80	0,90	-	8,80
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,50	0,40	-	-	0,20	1,30	1,40	1,30	2,00	2,50	0,30	3,60	-	2,10	4,50	1,30	2,60	0,50	3,00	-	1,30	3,90	3,70	-	37,40
	TELEVENIDAS	-	-	-	-	125,70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Total	46,70	44,20	-	149,30	57,60	33,30	59,80	61,80	40,90	106,70	31,30	78,90	35,00	62,90	83,00	65,40	45,90	50,20	84,50	63,80	53,40	64,50	63,40	60,90	1.443,40
05-04-2006 Quarta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	6,92	-	-	-	2,00	4,66	5,09	5,49	5,24	7,59	5,57	6,41	5,83	5,29	13,57	4,84	0,77	4,29	5,66	5,71	7,04	5,29	6,69	11,63	125,58
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	-	-	-	0,64	1,71	2,61	0,96	0,41	2,73	1,59	1,17	2,51	0,93	1,66	0,33	2,91	2,24	2,99	4,06	4,61	1,11	1,07	36,32	
	OUTROS	43,70	20,90	-	22,20	28,10	53,40	51,20	52,60	35,90	59,30	52,40	63,50	53,20	61,80	34,00	46,20	69,00	57,50	65,50	53,80	60,80	30,20	68,40	1.083,80	
	PATROCÍNIO	0,80	-	-	-	0,10	0,30	0,20	0,40	0,90	0,50	0,30	0,40	0,60	0,60	1,20	1,50	0,30	1,10	0,50	1,40	1,50	0,90	0,50	0,90	14,30
	PROMOÇÃO PROGRAMA	5,10	-	-	-	0,20	1,30	2,10	2,00	2,30	1,10	2,20	1,90	3,20	1,90	4,60	2,20	-	1,00	1,80	1,40	1,40	3,70	0,50	2,80	42,70
	TELEVENIDAS	-	-	-	140,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Total	56,60	20,90	-	162,80	30,30	60,10	60,40	62,90	44,80	69,30	63,40	73,70	63,80	72,10	54,30	56,40	70,40	9,50	67,70	77,00	67,80	75,30	39,00	84,80	1.443,30
06-04-2006 Quinta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	1,70	-	-	2,04	6,31	5,47	6,03	5,63	7,54	5,56	6,42	11,75	-	12,96	0,30	11,43	-	12,22	-	6,32	7,35	5,92	6,08	121,03
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	0,96	0,59	1,13	0,97	0,87	1,16	2,34	1,68	2,85	-	1,14	-	3,87	-	7,08	0,51	2,88	2,55	1,78	1,12	33,48
	OUTROS	56,90	51,60	-	24,40	54,30	24,30	50,30	54,20	46,40	37,60	60,70	64,30	37,90	21,00	86,40	42,10	56,40	43,10	64,30	59,39	47,10	22,40	46,90	83,00	1.134,99
	PATROCÍNIO	0,10	-	-	-	0,20	0,50	0,30	0,70	0,50	0,70	0,30	0,80	0,70	0,80	0,80	0,80	0,80	0,10	0,50	0,60	-	0,70	0,40	0,60	8,60
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	-	-	-	0,20	1,60	2,80	2,00	2,40	2,30	2,80	2,20	4,30	-	3,70	-	4,40	0,50	3,50	-	1,10	2,70	1,00	3,00	40,50
	TELEVENIDAS	-	-	-	105,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Total	57,00	53,30	-	130,00	57,50	33,00	60,20	63,50	56,00	49,10	72,10	74,90	57,60	21,00	105,00	42,40	76,90	43,70	87,60	60,50	57,40	35,70	56,00	93,80	1.444,20
07-04-2006 Sexta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,50	2,90	-	-	10,19	-	5,08	5,93	5,13	5,84	6,53	12,29	-	5,33	13,15	0,20	11,16	6,04	0,13	5,96	7,72	5,70	12,45	-	127,23
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	0,51	0,08	2,12	1,47	2,37	1,16	2,97	2,71	-	1,87	1,55	-	3,54	1,66	0,17	1,44	1,08	1,80	2,35	-	28,85
	OUTROS	11,70	83,20	19,10	23,20	49,50	28,42	51,00	52,80	36,40	46,90	61,40	62,70	30,10	85,10	26,20	45,00	60,20	59,50	54,60	14,80	55,40	79,30	42,10	57,80	1.136,42
	PATROCÍNIO	0,30	0,20	-	-	0,10	0,30	0,30	0,50	0,50	0,50	0,50	0,70	0,30	0,60	0,40	-	0,90	0,30	1,20	0,20	0,50	0,90	0,40	0,40	9,20
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,20	1,50	-	-	0,20	1,70	2,00	1,90	2,50	3,20	1,90	4,70	-	4,20	4,00	-	5,60	1,20	1,50	2,30	2,20	3,20	3,80	2,10	51,90
	TELE																									

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

		Unidades de Hora																								
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos
	PROMOÇÃO PROGRAMA	4,20	-	0,60	2,20	0,80	0,50	2,60	1,40	2,50	4,50	1,80	2,00	2,40	2,60	4,10	0,80	3,90	0,50	2,90	-	1,60	3,50	6,10	2,70	54,20
	TELEVENIDAS	-	-	-	90,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90,60
	Total	49,40	32,30	43,00	115,60	60,40	30,10	89,50	32,80	54,80	89,10	35,10	77,60	52,20	53,20	77,80	68,00	46,80	46,00	81,80	62,20	55,40	70,90	50,80	70,10	1.444,90
12-04-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,00	-	1,00
Quarta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	4,80	-	-	4,77	5,45	4,64	4,50	3,41	6,69	6,18	5,90	5,88	5,99	12,85	0,15	11,81	-	12,25	-	7,64	12,09	-	12,04	127,04
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,76	-	-	-	0,13	0,25	1,46	1,50	1,49	0,41	1,22	-	0,42	2,41	0,25	0,25	0,99	0,08	0,75	0,51	0,66	2,21	-	0,16	15,91
	OUTROS	56,64	41,10	24,50	53,00	25,20	52,10	54,10	76,50	51,50	23,80	66,40	42,50	46,00	55,80	63,70	25,20	51,62	65,70	62,59	47,10	27,50	69,30	43,40	1.125,25	
	PATROCÍNIO	0,10	0,50	-	-	-	-	0,50	0,20	0,30	0,70	0,20	-	0,10	0,80	0,90	-	1,20	0,10	1,00	0,60	0,70	1,00	-	1,80	10,70
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	6,60	-	-	0,20	1,40	1,90	1,70	2,80	1,60	1,40	2,10	3,20	3,30	5,70	1,20	3,60	0,50	4,40	-	6,20	4,80	1,70	4,20	58,50
	TELEVENIDAS	-	-	-	105,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105,50
	Total	57,50	53,00	130,00	58,10	32,30	60,60	62,00	84,50	60,90	32,80	74,40	52,10	58,50	75,50	65,30	42,80	52,30	84,10	63,70	62,30	47,60	72,00	61,60	61,60	1.443,90
13-04-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	1,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,20	1,20
Quinta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,44	-	-	-	2,27	5,90	5,72	6,17	5,84	12,83	0,22	6,40	5,90	6,02	5,64	6,85	11,89	-	12,36	-	7,68	6,09	6,02	11,74	130,92
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,16	-	-	-	0,13	0,25	1,38	0,83	0,16	1,97	0,08	-	0,50	0,28	0,96	0,25	1,41	0,08	1,00	0,51	0,92	1,21	1,28	0,46	13,57
	OUTROS	28,80	73,60	21,30	54,40	26,80	50,80	54,00	44,70	65,30	35,70	78,80	24,20	44,90	80,80	50,00	25,80	50,72	63,40	54,69	34,50	64,60	41,50	65,80	1.135,11	
	PATROCÍNIO	0,70	0,40	-	-	-	-	0,30	0,20	0,30	0,90	0,10	-	0,30	0,40	0,50	-	1,40	0,10	0,60	0,60	0,20	0,30	0,20	0,50	8,00
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,70	0,80	-	-	0,20	1,10	1,70	2,30	3,40	5,30	0,30	3,10	1,40	1,30	4,30	2,50	4,00	0,50	3,70	-	2,00	2,90	2,30	4,20	50,00
	TELEVENIDAS	-	-	-	105,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105,50
	Total	38,80	74,80	126,80	57,00	33,80	59,90	63,50	54,40	86,30	36,40	88,30	32,30	52,90	92,20	59,60	44,50	51,40	81,00	55,80	45,30	75,10	51,30	82,90	82,90	1.444,30
14-04-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,70
Sexta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,99	-	-	-	2,45	6,02	4,53	6,32	5,64	13,05	0,24	11,90	-	5,64	12,33	5,90	-	8,00	6,50	6,46	7,29	12,02	-	6,41	124,49
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,51	0,08	-	-	0,25	0,48	1,97	0,08	0,16	1,75	0,16	1,40	-	2,16	0,17	0,50	2,11	-	0,90	0,84	1,41	2,68	-	0,59	18,20
	OUTROS	43,90	42,02	41,70	25,50	53,00	26,50	74,50	31,00	48,10	69,40	27,60	61,90	32,30	84,50	35,20	50,00	62,99	25,10	67,00	36,90	47,20	66,70	50,20	62,70	1.165,91
	PATROCÍNIO	0,50	-	0,20	-	-	0,20	0,70	0,20	0,50	0,60	0,20	0,60	-	0,20	0,20	0,50	-	0,10	0,80	1,00	1,00	0,10	0,20	0,70	8,50
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,00	-	2,00	1,30	0,20	1,50	2,20	1,40	4,10	4,10	2,30	5,20	-	1,20	5,00	1,60	1,20	3,30	1,80	2,30	1,80	3,60	-	1,40	50,50
	TELEVENIDAS	-	-	-	75,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75,60
	Total	51,90	42,10	43,90	102,40	55,90	34,70	83,90	39,00	58,50	88,90	30,50	81,00	32,30	93,70	52,70	58,70	66,30	36,50	77,00	47,50	58,70	85,10	50,40	72,50	1.444,10
15-04-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,70	-	-	0,70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,80
Sábado	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	11,40	-	-	-	0,60	1,44	3,47	5,86	5,97	5,68	-	6,08	11,51	-	12,22	-	11,67	-	6,15	6,08	5,99	11,95	6,05	0,80	112,92
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	0,16	0,43	1,04	0,83	1,32	-	0,92	2,99	0,17	1,38	-	1,13	-	1,13	-	0,75	1,32	2,01	3,05	0,35	17,85
	OUTROS	39,80	61,00	41,80	77,20	39,30	68,50	56,90	43,70	40,90	70,60	29,90	61,30	46,30	24,93	90,60	38,60	63,00	31,50	57,90	41,70	50,20	66,40	51,50	61,30	1.254,83
	PATROCÍNIO	1,20	0,10	0,30	0,40	0,50	0,20	0,20	0,30	0,60	0,10	0,40	1,50	0,20	0,60	-	0,50	-	0,10	0,80	1,00	1,00	0,10	0,20	0,70	9,80
	PROMOÇÃO PROGRAMA	4,50	-	1,70	1,90	1,90	1,70	2,50	2,20	1,90	0,30	1,60	4,40	3,80	-	3,80	-	3,70	0,50	2,40	2,20	3,30	2,90	1,80	1,00	46,20
	Total	57,60	61,10	41,80	79,90	42,20	72,50	62,70	53,30	50,20	80,10	30,30	70,30	66,70	25,30	108,60	38,60	80,00	32,00	67,40	51,90	62,10	85,70	60,90	63,20	1.444,40
16-04-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,70
Domingo	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	8,00	-	-	-	0,47	1,48	-	4,48	6,43	6,09	5,59	5,90	5,90	5,90	4,54	13,37	-	5,99	5,75	-	6,02	12,09	-	6,02	97,80
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	0,68	-	-	0,33	0,42	-	3,72	0,17	0,91	1,01	1,00	-	2,96	0,93	-	0,41	0,25	0,17	2,98	3,81	-	-	-	19,75
	OUTROS	31,50	59,92	40,20	96,10	52,10	49,90	69,20	161,20	28,20	59,00	68,40	43,90	39,90	67,40	33,20	47,50	58,80	33,00	52,03	96,80	29,20	63,80	29,20	63,80	1.281,25
	PATROCÍNIO	0,60	-	0,30	-	0,40	0,10	-	0,20	0,30	0,30	1,00	0,20	0,50	0,60	0,40	0,40	-	0,10	0,40	0,30	0,60	0,90	0,30	7,50	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,90	-	0,50	-	1,70	3,10	-	5,80	1,70	1,70	2,10	1,10	1,60	2,10	1,60	1,20	1,20	0,50	1,60	1,30	3,40	2,70	1,50	35,50	
	Total	42,00	60,60	41,00	96,10	52,10	74,30	-	175,40	36,80	68,00	78,10	52,10	47,90	78,00	48,90	48,00	66,90	40,70	52,50	109,80	48,70	72,20	72,20	1.442,90	
17-04-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	1,40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,10
Segunda-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	6,80	-	-	0,10	5,20	3,29	4,71	3,42	8,95	0,22	6,10	5,68	5,42	11,06	6,42	5,79	-	5,86	7,68	5,74	6,00	6,02	5,87	110,33
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,16	-	-	-	0,90	1,71	0,79	0,08	1,7																

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Abril de 2006		Unidades de Hora																						Minutos		
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29		0:30-1:29	1:30-2:29
30-04-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	9,45	-	-	-	-	3,80	-	3,25	2,05	3,36	7,50	6,32	5,80	12,04	-	12,18	5,52	-	5,92	5,88	-	12,46	6,43	6,40	108,33
Domingo	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,35	-	-	-	-	1,90	1,21	1,65	2,05	3,74	-	1,08	1,70	1,39	-	2,22	1,18	-	0,58	0,42	0,17	2,94	0,87	-	23,45
	OUTROS	33,40	40,50	-	-	45,10	50,30	77,09	25,60	53,10	70,90	27,50	60,60	67,80	40,70	20,40	83,10	30,60	50,20	55,40	69,40	53,63	53,60	51,20	54,00	1.115,50
	PATROCÍNIO	0,30	-	-	-	-	0,20	0,30	0,20	0,40	0,60	0,30	0,30	0,70	0,50	0,20	0,70	0,50	-	0,20	0,50	0,40	0,30	-	0,10	6,70
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,80	-	-	-	-	2,00	0,30	0,60	2,50	4,80	1,90	2,40	3,10	2,90	-	4,40	2,40	0,50	1,70	1,10	-	3,90	1,90	1,50	40,70
	TELEVENDAS	-	-	-	150,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Total	46,30	40,50	-	150,60	45,10	58,20	78,90	31,30	60,10	83,40	37,20	70,70	79,10	57,50	20,60	102,60	40,20	50,70	63,80	77,30	54,20	73,20	60,40	62,00	1.443,90

Situações de blocos de espaço publicitário que ultrapassam seis minutos em cada unidade de hora
 Situações de blocos de espaço publicitário que ultrapassam doze minutos em cada unidade de hora

Notas:

Fonte: Telereport (base de dados de programa da Mediamonitor)
Colunas: Data: Data de emissão
 Descrição: Tipos de programas agregados pelas seguintes classes:
 Auto promoção Estação, Patrocínio, Promoção Programa e Televentas - Tipologia Telereport
 Espaço comercial (Não institucional) - Apurado por diferença entre tipologia de "Espaço Comercial" do Telereport e a rubrica seguinte
 Espaço comercial (Institucional) - Apurado por cross-matching entre Telereport e base dados de publicidade institucional (Gmedia)
 Outros - Outros programas (residual). Os eventuais valores negativos (imateriais) apresentados nesta classe resultam do processo de cross matching entre Telereport e Gmedia
 Unidades de Hora: Unidades de hora com início na hora de abertura da emissão (02:30)
Comentários "Call outs": Com o objectivo de destacar as situações mais significativas, em cada mês são apresentados comentários "call outs" para os cinco maiores valores de duração de publicidade por unidade de hora
 Nestes call outs, de forma sintética, é apresentada a seguinte informação: (i) N° de blocos publicitários transmitidos, hora de início e sua duração, (ii) Identificação do(s) programa(s) interrompidos ou intercalados

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Agosto de 2006

Unidades de Hora

Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos	
01-08-2006 Terça-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	1,40	-	-	-	-	1,40	-	0,30	1,20	0,30	-	0,90	-	0,80	-	0,30	3,20	1,70	-	-	0,80	1,00	1,50	2,40	17,20	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,11	-	-	-	-	4,12	3,60	3,50	4,07	11,51	1,60	12,43	-	6,32	6,67	5,15	14,10	3,80	6,15	6,34	5,99	5,94	6,62	9,75	120,79	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,49	-	-	-	-	1,08	3,50	1,50	1,83	3,59	-	2,75	0,08	0,08	2,63	2,25	1,40	-	0,75	4,16	1,71	2,26	0,68	1,35	32,09	
	OUTROS	48,30	17,20	-	24,00	54,10	51,40	55,50	38,40	81,40	28,90	60,20	45,72	74,30	45,80	61,70	81,70	82,20	0,50	56,70	87,40	41,70	57,30	1,058,52	-	-	-
	PATROCÍNIO	0,20	-	-	-	-	0,10	0,10	-	0,20	-	0,20	-	0,10	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,30	0,20	0,10	0,10	0,30	0,30	2,90	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,10	-	-	-	-	1,40	1,60	1,30	2,80	0,80	3,30	-	2,80	2,30	-	-	-	8,20	1,00	1,30	0,90	1,80	0,30	1,60	39,70	
	TELEVENIDAS	-	-	-	172,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	172,50	
Total	56,60	17,20	-	196,50	60,70	60,00	62,50	46,80	99,80	31,30	79,80	45,90	84,50	57,60	45,60	90,10	12,60	66,30	98,50	50,90	72,70	1,443,70					
02-08-2006 Quarta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	2,00	-	-	-	-	1,90	-	1,50	-	-	-	0,90	-	0,80	-	-	-	-	0,80	1,80	-	0,80	-	-	11,90	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	1,40	-	-	-	5,29	5,47	5,96	6,10	11,95	0,40	6,21	6,80	5,95	7,74	6,00	11,95	-	6,38	6,34	6,10	4,84	7,62	5,87	118,37	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	2,74	-	-	-	-	1,41	2,43	1,34	2,50	2,55	-	2,69	0,60	0,25	2,46	1,60	3,65	-	1,02	4,56	1,40	4,26	0,08	0,43	35,97	
	OUTROS	53,86	20,00	-	23,90	51,80	50,40	55,00	42,60	68,70	34,80	61,40	46,00	70,30	47,60	50,40	27,00	44,10	63,90	25,70	58,20	69,60	26,90	81,70	1,073,86	-	-
	PATROCÍNIO	0,20	-	-	-	-	0,20	0,20	0,20	0,20	0,70	-	0,50	0,20	0,60	0,60	0,20	0,50	0,20	0,50	0,80	0,20	-	0,60	0,40	6,80	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,30	0,30	-	-	0,20	1,50	1,40	0,90	3,30	0,30	1,70	1,30	3,50	1,40	1,50	2,40	1,20	1,50	1,20	1,50	2,70	1,20	2,50	31,80		
	TELEVENIDAS	-	-	-	165,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	165,50	
Total	59,10	21,70	-	189,40	60,60	60,00	63,90	53,80	87,20	35,50	72,50	55,80	80,60	60,60	59,70	46,90	45,50	73,30	39,40	69,20	81,40	37,20	90,90	1,444,20			
03-08-2006 Quinta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	1,10	-	-	-	1,60	-	-	1,80	-	-	-	1,10	-	1,10	-	-	1,30	-	-	-	-	0,70	-	-	8,60	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	8,39	-	-	-	5,22	-	4,25	3,31	5,44	12,85	0,30	6,28	5,86	13,30	-	6,58	13,53	-	6,38	5,83	5,88	12,15	-	5,82	121,37	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,41	-	-	-	1,08	-	2,95	2,09	1,66	2,25	-	2,02	1,24	3,50	1,16	1,02	2,67	-	1,02	4,97	1,72	4,25	0,08	0,08	34,17	
	OUTROS	32,30	20,00	-	45,80	31,50	51,50	55,00	36,60	79,80	33,80	63,20	44,60	57,80	55,84	52,80	29,70	40	88,90	39,90	55,62	56,50	1,062,66	-	-	-	
	PATROCÍNIO	0,40	-	-	-	-	-	0,20	0,30	0,40	0,40	-	0,30	0,20	0,60	0,40	0,20	0,40	0,20	0,40	0,60	0,30	0,10	0,70	6,10		
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,10	-	-	-	0,20	1,50	1,00	1,10	2,20	0,40	1,10	2,60	3,00	1,20	1,50	1,30	1,30	-	60	3,00	1,60	-	2,40	30,10		
	TELEVENIDAS	-	-	-	180,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,60	
Total	44,70	20,00	-	234,50	31,50	60,20	61,60	46,90	97,50	34,50	72,90	55,60	78,20	58,60	62,10	48,90	45,50	73,30	39,40	69,20	81,40	37,20	90,90	1,444,20			
04-08-2006 Sexta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	2,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,60	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,94	-	-	-	-	5,47	4,83	4,13	4,56	6,54	6,24	6,26	5,94	4,27	13,40	0,20	12,25	-	6,33	6,46	12,72	0,60	12,80	-	118,94	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,16	0,08	-	-	0,83	2,87	0,67	3,34	0,86	0,96	2,44	0,86	1,53	0,50	-	-	4,45	-	0,77	4,64	4,78	-	1,30	0,08	31,12	
	OUTROS	31,60	19,72	-	25,50	54,00	78,50	31,20	43,00	77,10	24,20	64,90	46,80	57,80	55,84	52,80	29,70	61,50	26,30	44,60	61,20	25,40	69,80	69,50	29,70	1,069,14	
	PATROCÍNIO	0,40	0,40	-	-	0,40	-	0,30	0,50	-	-	-	0,80	0,60	0,60	0,40	0,20	0,60	0,20	0,50	0,20	0,30	0,20	0,10	0,10	5,90	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,60	1,60	-	-	1,20	1,10	2,30	4,70	1,30	1,10	2,50	2,50	2,40	2,70	0,50	1,10	1,10	1,10	2,10	1,10	1,70	-	1,70	-	35,40	
	TELEVENIDAS	-	-	-	180,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,60	
Total	42,30	21,80	-	206,10	60,30	87,80	37,10	53,50	89,70	32,70	74,70	56,90	78,20	58,60	64,70	46,30	45,10	69,40	38,10	89,60	71,50	45,70	76,60	1,443,70			
05-08-2006 Sábado	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,80	1,00	-	-	-	-	-	-	-	2,60	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	4,72	-	-	-	0,60	-	3,70	2,96	5,88	5,24	-	5,87	5,99	6,00	6,16	5,96	11,78	-	12,58	5,83	-	5,91	6,16	6,03	101,29	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,78	0,75	-	-	0,50	0,84	0,62	1,66	1,66	1,66	4,73	1,11	0,30	0,34	2,84	1,52	-	0,60	3,57	-	1,99	0,84	0,77	24,76		
	OUTROS	44,00	27,65	60,30	30,90	62,80	74,40	31,50	79,10	31,10	50,70	63,30	62,60	0,10	87,30	44,40	58,90	37,70	59,60	55,80	-	69,60	57,70	93,20	1,182,65		
	PATROCÍNIO	1,20	0,10	-	0,80	-	0,80	-	0,20	0,50	-	0,40	0,50	-	0,20	0,40	0,30	-	0,60	0,30	-	0,20	0,60	0,20	0,20	7,30	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,90	-	-	0,20	1,30	0,70	-	1,00	0,30	1,00	0,30	2,90	0,30	1,80	1,20	3,00	0,50	1,90	2,40	-	0,70	1,50	1,80	25,40		
	TELEVENIDAS	-	-	-	99,70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	99,70	
Total	54,60	28,50	60,30	132,20	62,80	80,70	36,00	85,80	39,50	51,00	75,30	73,10	6,70	95,80	55,60	76,50	38,20	75,20	67,90	78,40	67,60	102,00	1,443,70				
06-08-2006 Domingo	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	0,70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,70	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,30	3,00	-	-	0,08	0,98	0,68	2,25	9,60	2,16	2,96	4,73	8,30	4,00	12,47	6,20	-	5,73	6,40	4,96	14,19	0,30	7,95	102,24		
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,80	-	-	-	0,42	0,92	1,32	1,55	3,90	0,84	1,17	1,30	-	1,63	-	-	-	0,27	-	3,94	1,61	-	-	-	22,46	
	OUTROS	9,50	57,60	82,30	59,60	43,40	54,50	45,30	58,80	51,50	68,90	32,80	58,80	63,70	29,60	69,90	0,10	88,80	62,00	-	84,90	54,80	1,209,30	-	-	-	
	PATROCÍNIO	-	0,20	-	-	0,40	0,50	0,40	0,40	0,40	0,80	0,80	1,80	0,10	0,60	-	-	-	0,30	-	0,30	0,50	0,20	0,20	8,00		
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,80	2,20	-	-	0,40	1,60	1,00	0,40																		

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Agosto de 2006		Unidades de Hora																						Minutos		
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	
	PATROCÍNIO	0,20	0,60	0,10	-	-	-	-	0,30	0,30	0,60	-	0,60	0,20	-	0,30	0,40	-	0,30	0,40	0,20	0,60	0,90	0,20	0,10	6,30
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,80	2,00	-	-	0,50	0,20	1,20	1,50	1,40	3,90	0,40	2,40	-	2,40	1,40	2,40	-	1,80	2,30	0,50	1,70	2,90	1,30	1,00	32,00
	TELEVENDAS	-	-	-	-	105,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105,60
	Total	36,50	37,40	66,30	-	159,80	30,70	89,10	37,20	47,70	94,90	32,20	84,80	25,80	98,60	61,50	45,00	45,70	90,20	20,40	99,10	26,70	93,70	8,10	113,20	1.444,60
11-08-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,70	0,70	-	-	0,70	-	-	-	-	1,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,10
Sexta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	4,12	-	-	-	-	6,20	3,42	3,38	4,98	9,50	0,30	5,16	11,66	4,29	3,30	0,50	10,64	6,08	5,62	5,76	11,75	-	4,37	101,03	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,38	-	-	-	0,95	-	2,48	0,92	1,12	2,10	-	0,94	1,14	1,91	0,50	-	4,36	1,02	3,08	1,64	2,55	-	0,33	25,42	
	OUTROS	39,90	30,20	-	-	46,65	28,80	53,60	55,30	81,00	33,50	42,50	69,60	58,50	46,10	45,40	73,20	27,60	45,90	60,80	23,70	78,80	60,90	-	114,10	1.116,05
	PATROCÍNIO	0,50	-	-	-	-	-	-	0,20	-	0,30	-	0,20	0,70	0,30	0,30	0,30	-	0,70	-	0,10	0,90	0,60	0,40	0,30	5,80
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,10	1,10	-	-	1,10	-	1,00	1,40	1,30	1,50	0,40	1,20	1,50	1,50	1,00	0,70	2,50	0,50	1,00	1,70	1,20	2,90	0,80	1,00	28,40
	TELEVENDAS	-	-	-	-	165,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	165,60
	Total	48,70	32,00	-	-	215,00	35,00	60,50	61,20	88,40	47,90	43,20	77,10	73,50	54,10	50,50	74,70	45,80	46,40	69,00	35,00	88,00	78,50	0,80	120,10	1.445,40
12-08-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,80	-	-	-	0,80	0,90	-	-	-	-	-	0,80	-	4,00
Sábado	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,80	-	-	-	1,50	-	2,80	1,04	1,43	7,20	-	11,73	0,60	11,38	5,34	5,28	5,78	-	5,50	10,29	0,40	7,01	7,41	6,13	94,62
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,50	-	-	-	-	-	-	1,26	1,47	2,50	-	3,97	0,50	0,42	0,86	0,82	0,42	-	1,70	2,11	-	1,49	1,09	0,67	19,78
	OUTROS	43,40	24,70	-	-	30,50	62,90	78,50	55,10	53,60	50,90	30,40	69,20	52,40	34,80	68,10	27,60	50,20	50,50	49,50	68,40	51,50	25,10	87,60	52,70	1.117,60
	PATROCÍNIO	0,40	-	-	-	0,10	-	0,20	0,50	0,20	1,40	-	0,60	0,20	-	0,70	0,60	-	0,80	0,50	0,70	0,30	0,20	0,20	0,20	7,60
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,80	-	-	-	0,60	-	1,40	1,80	0,90	2,40	0,30	4,00	3,00	0,60	2,40	3,00	3,80	0,50	2,20	3,30	-	1,70	1,50	0,60	35,80
	TELEVENDAS	-	-	-	-	165,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	165,60
	Total	50,60	24,70	-	-	198,30	62,90	82,90	59,70	57,60	64,40	30,70	90,30	56,70	47,20	76,70	38,20	61,70	51,00	59,70	84,60	52,60	35,60	98,60	60,30	1.445,00
13-08-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	1,80	-	-	0,90	-	0,90	4,90	-	-	0,90	-	-	0,90	-	0,90	1,80	-	0,90	1,00	-	0,80	-	0,90	16,60
Domingo	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,40	2,00	-	-	0,52	1,22	5,03	-	-	-	0,30	5,91	13,07	5,70	0,13	5,68	9,67	-	4,41	10,41	-	11,82	-	8,33	86,60
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	0,08	0,08	0,27	-	-	-	-	3,39	2,23	0,50	0,17	0,42	1,13	-	0,59	2,59	0,50	3,48	-	0,67	16,10
	OUTROS	9,30	55,60	-	-	4,60	90,80	55,90	45,80	-	-	167,70	58,90	65,60	45,70	64,60	24,80	63,80	38,00	57,00	67,10	57,50	35,70	52,70	62,20	1.123,30
	PATROCÍNIO	0,20	0,40	-	-	0,30	0,10	0,60	-	-	-	0,20	0,40	0,40	-	0,30	0,30	-	0,30	0,10	0,50	0,10	1,00	-	0,10	4,90
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,20	1,50	-	-	0,40	2,20	1,20	3,90	-	-	1,50	0,30	1,20	0,70	1,30	1,10	2,60	0,50	1,30	2,80	1,70	2,80	-	2,70	30,90
	TELEVENDAS	-	-	-	-	165,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	165,50
	Total	14,10	61,30	-	-	171,40	93,90	59,40	60,50	-	-	170,40	68,70	81,50	53,50	66,50	33,20	79,30	38,50	64,30	84,40	59,80	55,60	52,70	74,90	1.443,90
14-08-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,90	-	0,90	-	-	-	-	-	-	-	-	1,00	0,90	0,90	0,80	5,40
Segunda-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	0,30	-	-	-	5,13	1,90	3,13	1,79	8,54	0,30	7,26	-	7,10	1,92	3,30	9,13	-	2,80	5,91	6,12	5,78	6,33	5,70	82,44	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,50	-	-	-	0,17	0,67	2,90	0,67	1,01	0,86	-	1,84	0,25	-	2,18	-	3,17	-	1,80	1,09	1,98	1,22	1,17	0,50	21,98
	OUTROS	43,10	23,10	-	-	50,63	25,00	82,90	29,10	44,00	69,90	45,10	65,40	26,05	88,40	59,70	58,70	29,80	45,00	79,70	0,90	65,00	57,30	70,90	61,10	1.120,78
	PATROCÍNIO	-	-	-	-	0,20	0,20	0,20	-	-	0,30	-	0,60	0,50	-	-	0,30	0,60	-	0,20	0,50	0,80	0,10	0,20	0,30	5,00
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	-	-	-	1,30	1,40	1,90	1,00	2,70	0,40	2,00	-	2,60	1,70	0,40	2,80	0,50	2,30	1,60	1,20	2,10	1,10	2,10	2,10	29,10
	TELEVENDAS	-	-	-	-	180,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,50
	Total	43,90	23,10	-	-	231,30	32,30	89,30	35,00	47,80	83,20	45,80	78,00	26,80	98,10	65,50	62,70	45,50	45,50	86,80	10,00	76,10	67,40	80,60	70,50	1.445,20
15-08-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,90	0,90	-	-	-	-	-	-	-	0,90	-	0,90	-	-	-	-	0,90	-	-	-	-	-	-	0,90	4,50
Terça-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	2,90	1,20	-	-	4,80	2,99	2,73	1,69	1,30	2,02	2,74	5,08	4,23	3,55	1,07	3,70	3,03	9,91	5,79	0,30	11,33	0,30	5,90	76,56	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	0,17	0,50	1,81	0,67	1,01	-	0,98	1,16	0,42	0,17	0,25	0,83	1,50	1,17	3,69	0,81	-	2,17	-	0,50	17,81
	OUTROS	52,50	1,40	-	-	51,93	27,70	80,40	26,40	59,90	48,50	58,60	56,10	78,80	0,10	109,00	28,10	82,80	25,20	57,00	52,90	70,10	48,30	-	110,90	1.126,63
	PATROCÍNIO	0,20	-	-	-	0,20	0,20	0,20	-	-	0,30	-	0,10	0,20	0,30	-	0,20	0,20	0,10	0,10	0,40	0,40	0,30	-	0,20	3,50
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,10	1,80	-	-	3,60	1,30	1,40	1,90	1,00	2,70	0,40	2,00	-	2,60	1,70	0,40	2,80	0,50	2,30	1,60	1,20	2,10	1,10	2,10	34,80
	TELEVENDAS	-	-	-	-	180,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,60
	Total	59,60	5,30	-	-	232,70	33,00	89,00	31,30	64,10	52,30	64,40	62,20	85,10	5,40	114,30	32,30	91,50	30,60	73,30	61,80	71,50	64,40	0,70	119,60	1.444,40
16-08-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,90	1,80	-	-	-	-	-	-	-	0,90	-	0,90	-	-	0,90	-	-	-	-	-	-	-	-	0,90	6,30
Quarta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	1,80	0,90	-	-	3,73	3,94	2,10	2,96	8,58	0,40	3,18	10,42	-	9,24	3,70	5,27	-	5,49	4,20	5,53	5,36	6,50	6,50	89,80	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,00	-	-	-	0,67	2,06	0,50	0,84	1,02	-	1,42	-	1,08	-	2,46	1,00	1,63	-	0,91	1,50	0,77	2,34	-	19,20	
	OUTROS	52,80	31,40	-	-	23,70	55,60	82,40	26,60	54,30	68,50	39,10	78,20	47,10	-	100,90	63,10	39,20	42,20	62,80	24,40	56,70	88,50	36,50	74,30	1.148,30
	PATROCÍNIO	0,20	0,30	-	-	0,10	-	-	0,10	0,20	-	0,70	1,40	-	0,20	0,10	0,30	-	0,20	0,50	0,30	-	0,10	0,20	0,20	4,90
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,60	2,40	-	-	0,20	1,80																			

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Agosto de 2006

Unidades de Hora

Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos	
20-08-2006 Domingo	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	1,90	-	-	-	-	0,50	-	-	1,40	0,50	-	-	-	-	0,90	-	-	-	-	1,00	-	1,00	0,80	-	8,00	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	4,30	-	-	-	-	0,70	1,40	1,70	4,96	4,06	-	4,26	3,15	6,53	5,65	3,87	-	-	3,22	4,17	3,16	5,34	4,51	4,50	74,38	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,44	0,84	-	1,94	0,75	0,27	0,25	1,53	-	-	0,58	0,53	0,64	1,36	1,09	-	11,22
	OUTROS	45,80	-	-	-	61,90	44,40	55,40	46,10	74,70	30,00	53,50	63,20	45,30	43,70	44,20	87,10	41,10	41,40	62,80	38,70	49,20	64,30	32,20	101,50	1.126,50	
	PATROCÍNIO	0,20	-	-	-	-	-	-	-	0,60	0,30	-	0,30	0,40	0,40	0,30	0,80	0,30	-	0,30	0,40	-	0,40	0,10	0,10	4,90	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,60	-	-	-	0,50	0,60	-	1,20	6,00	2,10	0,30	1,20	2,00	2,20	2,50	3,50	2,80	0,50	1,50	1,00	1,20	1,60	1,60	2,10	38,00	
	TELEVENIDAS	-	-	-	180,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,60
Total	55,80	-	-	180,60	62,40	46,20	56,80	49,00	89,10	37,80	53,80	70,90	51,60	53,10	52,90	97,70	53,10	41,90	68,40	45,80	54,20	74,00	40,30	108,20	1.443,60		
21-08-2006 Segunda-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	1,00	1,00	-	-	2,00	-	0,50	-	0,90	-	-	-	0,50	-	0,50	-	-	-	-	-	-	-	0,50	-	6,90	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	1,36	1,30	-	-	0,13	4,00	3,84	0,10	2,00	2,96	5,15	0,85	10,23	-	6,99	3,54	3,34	2,05	2,43	-	4,63	3,88	10,86	-	69,64	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,94	-	-	-	0,17	-	1,76	-	0,50	0,94	0,25	0,75	1,17	0,08	0,91	0,66	1,16	0,75	1,37	-	0,17	1,42	0,84	-	13,84	
	OUTROS	20,80	87,90	-	-	52,70	29,50	81,30	32,30	33,10	99,70	28,60	65,40	49,60	24,82	87,30	49,10	69,90	38,30	70,20	-	72,70	69,40	70,00	67,50	1.200,12	
	PATROCÍNIO	-	0,20	-	-	0,10	-	-	-	-	0,40	0,30	0,30	1,30	0,40	0,20	0,20	-	-	0,20	-	0,20	0,30	0,10	0,10	-	4,20
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,90	3,90	-	-	2,30	0,20	2,20	-	1,40	1,30	0,80	1,20	2,80	-	3,00	0,90	1,00	-	3,20	-	0,40	1,30	1,60	-	28,40	
	TELEVENIDAS	-	-	-	120,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120,50
Total	25,00	94,30	-	120,50	57,40	33,70	89,60	32,40	37,90	105,30	35,10	68,50	65,60	25,30	98,90	54,40	75,40	41,10	77,40	-	78,10	76,30	83,90	67,50	1.443,60		
22-08-2006 Terça-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	1,40	-	-	1,00	-	-	0,50	-	-	-	1,90	-	-	-	-	-	1,40	0,50	6,70	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,40	-	-	-	3,23	3,36	0,20	2,78	9,41	0,30	2,88	11,11	-	9,17	-	11,44	-	3,59	6,50	4,09	-	6,28	-	2,40	80,14	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	0,17	1,34	-	0,92	0,69	-	0,42	1,59	0,33	0,93	0,42	1,46	-	0,41	3,20	-	1,51	-	0,42	-	13,81	
	OUTROS	42,80	-	92,30	-	24,80	56,90	83,00	31,00	83,50	34,90	42,10	63,40	50,30	21,27	90,50	65,18	35,30	42,90	67,60	44,00	68,90	54,00	45,30	70,30	1.210,25	
	PATROCÍNIO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,10	-	0,30	1,30	0,40	0,20	0,10	0,20	-	0,10	0,40	0,30	-	0,10	-	3,50	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,40	-	-	-	0,20	0,80	0,60	0,60	2,40	0,40	1,90	1,90	-	2,10	1,00	0,60	0,50	1,00	2,10	2,70	-	2,70	0,90	-	23,80	
	TELEVENIDAS	-	-	-	105,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105,50
Total	47,60	-	92,30	130,30	60,50	89,90	31,80	87,80	48,50	42,80	68,90	66,70	22,00	102,90	66,70	50,90	43,40	72,70	56,20	77,50	54,00	56,20	74,10	1.443,60			
23-08-2006 Quarta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	0,80	-	-	-	-	-	-	-	0,90	-	-	0,80	-	0,90	-	1,50	-	-	-	-	-	0,50	0,90	6,30	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	1,70	-	-	-	5,20	1,91	1,83	3,60	8,26	0,30	3,15	11,58	-	7,87	4,22	5,43	-	3,92	5,41	4,79	7,28	5,38	8,21	90,04	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	0,17	1,59	0,17	0,50	0,94	-	0,75	1,42	0,33	1,43	0,58	0,97	-	0,08	1,79	1,21	1,92	0,42	0,59	-	14,86	
	OUTROS	18,80	42,70	-	50,23	28,50	55,40	57,60	32,00	87,40	40,70	65,60	49,50	22,17	86,80	62,40	51,10	31,30	68,00	23,70	57,50	60,50	52,30	74,30	1.118,50		
	PATROCÍNIO	-	-	-	-	-	-	-	-	0,40	0,10	0,70	-	0,30	1,30	0,40	0,60	0,40	0,50	0,10	0,70	0,30	0,40	-	0,50	6,70	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	1,70	-	-	0,20	1,40	1,70	1,50	1,80	0,40	1,40	2,00	-	2,40	1,70	0,60	0,50	1,50	1,90	1,10	1,80	1,10	2,70	-	27,40	
	TELEVENIDAS	-	-	-	180,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,50
Total	18,80	46,90	-	230,90	33,90	60,30	61,70	37,70	100,00	41,40	71,20	66,60	22,90	100,00	69,30	60,10	31,80	73,60	33,50	64,90	71,90	59,70	87,20	1.444,30			
24-08-2006 Quinta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	0,50	-	0,90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,90	0,50	1,50	4,30	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	1,12	-	-	-	3,63	1,08	1,81	2,48	2,88	5,21	3,98	10,16	-	6,62	4,53	5,29	-	4,02	5,79	4,47	7,43	5,55	6,30	-	82,35	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	-	-	-	0,17	0,92	1,09	0,92	0,42	1,39	0,42	1,84	0,33	1,18	0,67	1,71	-	0,08	1,51	1,73	0,77	0,25	1,00	-	16,48	
	OUTROS	45,10	15,40	-	55,20	27,70	86,20	30,10	31,10	102,90	23,20	67,10	50,50	20,07	65,90	84,00	47,20	34,60	63,80	24,90	94,10	0,10	82,50	67,10	1.118,77		
	PATROCÍNIO	-	-	-	-	-	-	-	-	0,30	0,40	-	0,30	1,70	0,40	0,30	-	0,30	-	0,10	0,70	0,20	0,40	0,10	0,70	5,90	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,30	-	-	-	0,20	1,20	1,70	1,10	2,70	0,60	2,00	4,30	-	2,00	2,00	1,20	2,80	0,50	1,20	1,10	2,70	1,90	3,10	4,40	36,00	
	TELEVENIDAS	-	-	-	180,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,60
Total	47,60	15,40	-	235,80	31,70	89,90	34,70	36,80	109,30	30,40	73,80	68,50	20,80	76,00	90,40	57,30	35,10	69,20	34,00	103,20	11,50	92,00	81,00	1.444,40			
25-08-2006 Sexta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	1,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,90	-	-	-	0,90	-	-	-	-	-	-	-	-	2,80	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	0,78	-	-	-	4,43	1,26	3,48	2,43	8,46	0,30	2,88	10,03	-	5,62	6,14	-	4,21	3,90	4,91	-	5,13	5,79	5,59	-	75,34	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,42	-	-	-	0,25	0,17	1,34	0,42	1,17	0,94	-	0,42	1,17	0,33	1,68	1,16	-	0,99	2,19	-	0,27	0,41	0,41	-	13,74	
	OUTROS	56,70	-	-	52,95	27,00	56,20	57,20	46,20	66,00	43,70	69,00	50,00	21,17	63,40	78,60	30,70	34,30	49,70	96,60	-	75,90	79,00	66,80	1.121,12		
	PATROCÍNIO	0,20	0,40	-	0,50	0,40	0,10	-	0,50	-	0,30	1,60	0,40	0,40	0,60	-	0,10	0,60	0,10	-	0,40	0,10	-	0,40	0,50	7,10	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,90	1,20	-	2,10	0,50	1,00	2																			

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Agosto de 2006		Unidades de Hora																						Minutos			
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos	
	PATROCÍNIO	0,20	0,20	-	-	-	-	0,10	-	-	0,10	-	0,40	1,30	0,30	0,20	0,10	0,30	-	0,10	0,40	0,20	0,20	-	-	4,10	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,80	-	-	-	-	0,20	2,00	1,20	2,00	2,00	0,40	1,90	5,20	-	3,20	2,70	1,30	0,50	1,20	2,80	-	5,90	2,10	-	35,40	
	TELEVENDAS	-	-	-	-	135,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	135,50	
	Total	11,40	99,00	-	-	160,10	60,20	90,10	31,00	44,10	93,80	41,90	71,70	69,40	18,45	101,10	69,90	51,90	39,30	69,00	35,40	105,20	59,70	47,70	74,50	1.444,85	
30-08-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,60	-	-	-	-	-	-	-	-	0,90	0,60	-	0,90	-	0,80	-	-	-	-	-	-	-	-	1,60	-	5,40
Quarta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,22	-	-	-	-	4,09	2,68	2,78	4,50	10,18	0,30	3,19	11,12	-	8,33	-	9,09	-	3,40	5,31	5,96	6,35	10,25	-	90,75	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	0,16	-	-	-	0,41	1,02	0,92	0,50	1,02	-	1,21	1,08	0,25	2,77	1,15	0,81	-	-	1,09	1,24	2,05	1,65	0,08	17,49	
	OUTROS	35,20	24,70	-	-	23,60	55,50	55,20	57,00	36,90	82,20	30,70	66,50	49,20	22,30	81,20	65,90	50,30	29,70	70,60	25,00	58,50	40,50	81,90	61,40	1.104,00	
	PATROCÍNIO	0,10	-	-	-	-	-	-	0,10	-	0,40	-	0,40	1,50	0,30	0,20	0,10	0,30	-	0,20	0,40	0,20	0,10	0,20	0,10	4,60	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,30	-	-	-	-	0,20	1,30	2,80	2,50	5,80	0,40	1,90	4,10	-	3,30	1,20	3,30	0,50	1,20	2,20	2,30	2,80	4,90	-	43,00	
	TELEVENDAS	-	-	-	-	180,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,60	
	Total	41,50	24,86	-	-	204,20	60,20	60,20	63,60	45,30	100,20	31,40	73,20	67,90	22,85	96,60	68,35	63,80	30,20	75,40	34,00	68,20	51,80	100,50	61,58	1.445,84	
31-08-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,60	-	-	-	-	-	-	-	-	0,60	-	-	1,50	-	-	-	0,90	-	-	-	-	-	0,60	-	0,60	4,80
Quinta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	0,30	0,80	-	-	-	3,04	1,69	2,56	3,11	1,11	6,40	1,52	8,73	-	6,71	-	6,71	-	3,80	5,94	3,02	12,30	0,40	4,77	72,91	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,30	-	-	-	-	0,66	0,91	1,34	1,09	1,59	-	0,88	1,17	0,25	0,99	1,74	1,19	-	-	1,26	1,98	-	-	0,83	17,18	
	OUTROS	11,70	76,10	-	-	26,50	56,40	55,60	82,70	0,10	102,60	26,80	62,80	47,00	22,15	93,70	63,26	51,60	30,60	70,80	24,00	55,20	80,80	40,00	72,20	1.152,61	
	PATROCÍNIO	0,20	0,20	-	-	-	0,10	0,20	0,40	0,50	0,30	0,40	1,60	0,30	0,60	0,10	0,60	0,10	-	0,10	0,40	0,30	0,20	0,10	-	6,60	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,90	0,30	-	-	-	0,20	2,30	2,60	1,80	3,20	1,70	2,00	4,70	-	3,40	1,10	3,00	0,50	2,10	2,40	1,50	3,90	0,80	0,70	40,10	
	TELEVENDAS	-	-	-	-	150,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150,60	
	Total	16,00	77,40	-	-	177,10	60,30	60,60	89,40	6,50	109,60	35,20	67,60	64,70	22,70	105,40	66,20	64,00	31,10	76,80	34,00	62,00	97,80	41,30	79,10	1.444,80	

Situações de blocos de espaço publicitário que ultrapassam seis minutos em cada unidade de hora
 Situações de blocos de espaço publicitário que ultrapassam doze minutos em cada unidade de hora

Notas:
Fonte: Telereport (base de dados de programa da Mediamonitor)
Colunas: Data: Data de emissão
 Descrição: Tipos de programas agregados pelas seguintes classes:
 Auto promoção Estação, Patrocínio, Promoção Programa e Televendas - Tipologia Telereport
 Espaço comercial (Não institucional) - Apurado por diferença entre tipologia de "Espaço Comercial" do Telereport e a rubrica seguinte
 Espaço comercial (Institucional) - Apurado por cross-matching entre Telereport e base dados de publicidade institucional (Gmedia)
 Outros - Outros programas (residual). Os eventuais valores negativos (materiais) apresentados nesta classe resultam do processo de cross matching entre Telereport e Gmedia
 Unidades de Hora: Unidades de hora com início na hora de abertura da emissão (02:30)
Comentários "Call outs": Com o objectivo de destacar as situações mais significativas, em cada mês são apresentados comentários "call outs" para os cinco maiores valores de duração de publicidade por unidade de hora
 Nestes call outs, de forma sintética, é apresentada a seguinte informação: (i) N° de blocos publicitários transmitidos, hora de início e sua duração, (ii) Identificação do(s) programa(s) interrompidos ou intercalados



RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Dezembro de 2006

Unidades de Hora

Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos	
01-12-2006 Sexta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	0,10	-	-	0,10	-	-	-	0,10	-	0,10	-	-	-	-	-	0,10	-	-	0,60	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	4,30	3,42	-	-	-	8,10	5,77	6,12	6,20	13,98	0,60	6,12	6,35	6,05	5,88	11,84	6,22	-	6,45	11,71	0,12	6,54	5,98	6,17	126,92	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,10	0,18	-	-	2,92	0,70	2,53	2,78	2,80	5,72	-	1,08	2,45	1,75	4,72	4,96	0,38	0,08	1,05	3,59	0,08	3,26	3,32	2,63	47,08	
	OUTROS	51,90	42,60	72,90	59,70	52,58	26,00	79,60	25,60	41,10	57,20	40,20	41,70	43,30	80,40	40,20	50,12	80,70	38,10	21,20	90,10	48,10	50,10	50,10	50,10	1.231,80	
	PATROCÍNIO	0,30	-	-	-	-	-	0,10	-	-	0,20	0,10	0,40	0,20	0,60	0,30	0,10	0,40	0,80	0,10	0,40	0,80	0,10	0,40	0,60	0,40	5,90
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,60	1,40	-	0,90	-	2,00	-	-	2,40	-	1,80	0,90	1,60	0,40	2,80	-	0,50	0,30	2,70	-	3,10	2,10	1,10	31,80	31,80	
Total		59,20	47,60	72,90	60,60	55,50	34,80	90,10	34,50	52,60	13,98	66,40	50,00	51,60	54,50	100,70	47,20	50,80	88,90	56,90	21,50	103,40	60,20	60,40	60,40	1.444,10	
02-12-2006 Sábado	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,10	0,10	-	-	-	-	-	-	-	0,20	-	0,40	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	6,20	1,18	-	-	1,72	2,32	-	1,38	11,70	5,65	5,99	5,22	12,58	6,04	6,02	5,95	1,40	7,40	0,30	5,89	5,99	12,13	5,78	110,82		
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	0,22	-	-	0,38	0,38	0,42	3,02	3,00	1,57	-	2,11	3,78	2,42	-	3,06	2,88	1,25	-	1,11	2,71	4,07	0,22	32,60		
	OUTROS	2,10	52,40	103,60	41,80	33,70	60,40	74,88	47,20	44,50	55,30	55,30	50,50	43,60	45,30	59,20	66,60	30,40	53,30	67,40	46,40	54,00	53,30	67,40	46,40	54,00	1.233,88
	PATROCÍNIO	0,40	-	-	-	0,60	-	0,80	0,10	0,50	0,50	0,50	0,40	-	-	0,10	-	-	-	-	0,40	0,30	0,40	1,30	0,40	7,70	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,00	-	-	-	1,70	1,40	0,80	2,90	2,30	1,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,20	0,40	5,50	2,30	-	30,60	
Total		10,70	53,80	103,60	41,80	68,70	64,50	76,90	54,60	62,00	64,50	30,10	89,20	59,00	62,10	60,40	52,50	52,60	60,60	74,00	31,10	61,80	76,90	69,60	62,70	1.443,70	
03-12-2006 Domingo	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	0,10	0,10	0,10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,30	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	1,90	0,30	-	-	4,14	-	2,10	7,60	0,70	4,50	5,60	5,38	5,97	11,60	4,87	0,30	5,55	6,08	6,02	6,69	6,76	6,77	98,91		
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	-	0,76	-	4,20	0,50	1,20	1,10	2,30	2,52	0,42	1,73	3,70	0,73	0,55	1,22	0,98	2,81	2,34	1,13	28,19		
	OUTROS	50,10	29,40	68,30	41,90	53,50	39,60	54,20	69,50	27,10	84,90	20,70	78,60	44,70	0,20	74,30	75,00	46,10	71,60	25,80	77,60	50,70	43,40	28,20	78,90	1.234,30	
	PATROCÍNIO	-	0,70	0,50	0,70	-	-	-	-	-	-	-	1,00	0,50	0,40	0,20	0,40	0,10	-	-	1,40	0,10	0,20	0,10	0,30	7,50	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	2,40	1,80	2,40	-	0,80	-	0,20	0,20	2,50	4,20	0,70	3,00	0,40	1,10	1,10	-	0,50	0,30	1,40	2,70	0,50	1,20	1,70	29,10	
Total		50,10	34,50	71,00	45,10	99,10	45,30	54,20	76,00	35,40	89,30	31,50	87,70	57,20	6,80	83,30	91,80	51,80	72,40	32,20	87,70	60,50	53,60	38,60	88,80	1.443,90	
04-12-2006 Segunda-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,30	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	0,91	0,47	-	-	1,05	6,52	5,69	5,97	5,74	12,25	0,22	5,44	5,11	4,45	11,25	5,25	6,39	0,42	11,80	5,48	-	6,05	-	6,34	106,80	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	2,09	0,83	-	-	0,75	1,78	2,71	2,93	1,86	4,15	0,08	0,96	3,29	2,55	3,45	2,05	1,71	0,08	1,00	3,02	-	2,85	0,08	2,76	40,98	
	OUTROS	17,20	83,00	-	25,70	54,70	25,60	50,60	54,80	39,00	67,70	38,40	66,20	47,30	68,90	31,20	63,50	31,90	78,80	42,70	53,60	-	65,70	70,52	81,90	1.158,92	
	PATROCÍNIO	0,40	-	-	-	-	-	0,10	0,10	0,20	0,70	0,10	0,40	0,80	0,10	0,80	0,60	0,10	0,20	0,80	-	0,70	0,10	0,10	0,10	6,70	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,10	1,00	-	-	-	-	1,10	-	1,90	3,80	0,40	1,50	-	1,10	0,80	2,40	1,70	0,50	1,60	0,30	1,00	2,20	-	0,30	24,70	
Total		23,70	85,30	131,30	56,50	33,90	60,20	63,90	48,70	88,70	39,20	74,50	56,60	77,10	47,50	73,60	42,30	79,90	57,30	63,20	1,00	77,50	70,70	91,40	1.444,00		
05-12-2006 Terça-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,40	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	8,20	4,40	-	-	7,70	5,44	5,69	6,05	12,80	0,30	6,06	5,38	7,20	12,57	5,12	-	5,26	5,37	5,92	4,04	12,88	6,07	3,20	129,65		
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	2,58	0,50	2,46	2,21	1,95	4,90	-	0,74	2,92	1,50	3,93	1,58	0,08	1,04	1,03	1,78	3,66	5,62	1,43	39,91		
	OUTROS	48,90	26,00	-	24,10	51,32	28,10	78,70	24,50	43,40	61,60	41,70	62,10	68,10	20,10	55,80	48,10	48,12	34,10	52,50	-	1,10	68,40	1,10	1.101,94		
	PATROCÍNIO	0,50	1,50	-	0,40	-	0,20	0,20	0,40	0,40	0,70	0,10	0,40	0,60	0,10	0,50	0,10	0,70	0,80	-	0,70	0,80	1,10	0,60	12,20		
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,40	3,30	-	0,50	0,20	2,50	0,70	0,90	3,00	0,40	1,50	1,20	2,10	2,90	1,70	-	1,40	1,40	-	1,40	-	-	-	-	39,70	
Total		60,00	35,20	145,50	54,10	36,30	89,30	33,40	52,70	83,10	42,50	70,80	78,20	31,00	75,70	57,00	48,30	42,50	61,20	1,00	77,50	70,70	91,40	1.444,00			
06-12-2006 Quarta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,60	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	0,72	-	-	-	6,95	4,71	6,89	5,87	4,32	8,74	6,16	5,90	7,30	11,64	-	12,01	2,62	3,43	5,92	4,44	5,41	6,70	6,03	115,76		
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	-	-	-	1,83	0,25	2,39	0,91	1,53	4,78	0,16	0,94	2,70	1,00	3,96	0,58	1,79	0,08	0,67	0,58	2,56	2,59	1,70	1,67	32,75	
	OUTROS	47,80	-	23,90	53,97	27,70	78,90	25,20	39,70	77,40	27,30	67,10	45,90	58,40	68,42	25,00	79,20	45,60	21,90	88,20	50,50	51,80	50,10	50,10	1.086,49		
	PATROCÍNIO	0,70	-	-	-	-	0,10	0,10	0,90	0,60	0,60	0,10	0,90	0,30	1,20	0,20	0,30	0,10	0,30	0,80	1,10	0,80	0,70	0,60	10,40		
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,20	-	-	-	2,20	0,80	2,20	3,80	0,80	1,50	2,00	1,80	4,20	1,50	1,90	0,50	0,20	1,10	1,90	1,40	0,30	3,10	-	32,40		
Total		50,50	189,50	55,80	34,90	88,40	34,00	50,20	90,90	37,60	75,90	57,50	42,90	79,40	70,70	41,10	82,50	50,20	30,30	98,20	60,80	61,20	61,50	1.444,00			
07-12-2006 Quinta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,30	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	4,70	0,90	-	0,40	0,22	5,17	4,73	5,30																		



RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Dezembro de 2006		Unidades de Hora																				Minutos					
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos	
	TELEVENDAS	-	-	-	150,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150,60	
	Total	57,40	27,30	-	154,50	59,20	48,00	53,00	51,00	60,10	76,40	44,10	67,90	73,40	52,30	42,70	79,10	54,90	80,80	31,10	89,50	59,60	43,60	76,30	61,00	1.443,20	
11-12-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	1,60	-	-	-	-	-	-	0,10	0,10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,80	-	-	-	0,80	3,40	
Segunda-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	1,32	-	-	-	0,91	4,37	3,38	6,52	6,55	10,67	0,42	5,46	5,48	7,20	10,68	-	11,15	1,02	9,37	5,71	-	5,82	5,50	4,82	106,35	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,18	-	-	-	1,99	0,83	1,82	2,08	1,85	1,83	0,08	0,74	0,82	0,50	2,42	1,43	1,15	0,08	0,83	0,99	-	2,78	2,80	1,58	27,78	
	OUTROS	48,60	9,80	-	25,20	55,20	27,10	80,20	23,00	76,10	38,10	36,00	68,00	46,40	43,20	56,80	68,97	39,00	68,00	44,20	48,20	-	70,20	63,20	85,40	1.120,87	
	PATROCÍNIO	0,10	-	-	-	-	-	-	0,10	0,10	0,30	0,10	0,10	0,40	0,40	0,40	0,30	0,30	0,10	0,20	0,70	-	0,10	-	0,10	3,10	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,00	-	-	-	-	-	3,10	0,80	4,30	2,90	0,40	1,30	1,80	1,10	3,20	0,60	2,70	1,00	3,20	1,70	-	1,50	0,50	0,50	32,60	
	TELEVENDAS	-	-	-	150,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150,50	
	Total	54,80	9,80	-	175,70	58,10	32,30	88,50	32,60	89,00	53,80	37,00	75,60	54,90	52,00	73,50	71,00	54,30	70,20	57,80	58,10	-	80,40	72,00	93,20	1.444,60	
12-12-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	0,80	0,80	-	-	-	-	-	-	0,70	-	-	0,70	-	0,70	-	-	-	-	-	-	-	-	0,70	0,80	5,20
Terça-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,60	0,50	-	-	5,41	-	3,97	6,13	7,50	10,44	0,32	3,97	5,97	8,12	11,73	5,81	5,16	-	4,10	5,88	-	6,24	6,04	6,08	7,79	114,76
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	1,69	-	0,83	2,67	1,60	4,46	0,08	0,33	0,63	0,38	3,57	1,79	0,74	0,08	-	1,32	-	1,66	2,76	2,62	2,21	29,42
	OUTROS	50,10	33,50	59,60	22,30	53,20	30,20	54,80	53,10	73,80	26,70	44,60	67,30	68,00	18,50	56,80	63,00	33,30	50,52	56,10	51,50	54,00	57,50	40,10	76,40	1.194,92	
	PATROCÍNIO	0,30	0,10	0,10	-	-	-	-	0,10	0,10	0,40	0,10	0,10	0,20	0,30	0,70	0,40	0,70	0,10	0,10	0,50	0,80	0,40	0,10	0,20	5,60	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,90	3,10	2,20	1,90	-	-	0,50	1,20	3,10	3,20	0,30	1,10	1,30	2,00	3,40	1,40	2,00	0,50	0,60	1,20	1,30	1,60	0,50	0,60	33,90	
	TELEVENDAS	-	-	-	60,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60,60	
	Total	54,90	38,00	62,70	84,80	60,30	30,20	60,10	63,20	86,10	45,90	45,40	72,70	76,80	29,30	76,90	72,40	41,90	51,20	60,80	60,40	64,00	68,30	50,10	88,00	1.444,40	
13-12-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	0,70	-	-	-	-	-	-	0,70	-	-	-	-	-	0,70	-	-	-	-	-	-	-	-	0,70	3,50	
Quarta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	0,80	-	-	-	4,37	4,00	5,45	6,70	12,84	0,50	5,14	7,20	6,70	11,39	5,29	4,11	1,02	3,95	5,39	5,36	6,99	6,09	8,07	111,36	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	1,33	0,83	1,90	2,95	1,00	3,56	-	0,66	1,00	-	2,91	1,21	0,99	0,08	0,25	0,91	2,04	2,51	2,81	1,33	28,27	
	OUTROS	-	74,10	50,00	23,90	56,57	27,30	52,70	55,20	35,20	72,10	34,90	63,70	66,20	21,50	56,70	63,80	44,20	70,10	45,10	14,10	94,20	35,20	32,20	80,20	1.169,17	
	PATROCÍNIO	-	0,10	-	-	-	0,10	0,20	0,50	1,00	0,30	0,10	0,30	0,50	0,30	0,90	0,30	0,80	0,10	0,40	0,70	0,70	0,10	0,10	0,10	7,90	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	-	-	-	-	1,40	0,30	1,70	4,60	0,40	1,60	2,30	2,30	3,40	1,80	1,40	2,00	0,50	0,90	1,80	4,70	0,50	0,60	2,70	32,90	
	TELEVENDAS	-	-	-	90,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90,50	
	Total	-	75,70	50,00	114,40	57,90	32,50	60,10	64,10	45,80	94,80	35,90	71,40	77,20	30,80	76,00	72,40	51,50	71,80	50,60	22,90	107,00	45,30	42,50	93,00	1.443,60	
14-12-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	0,70	-	-	-	0,10	-	-	-	-	-	-	0,10	-	-	-	-	0,90	1,80	
Quinta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	0,80	-	-	4,35	-	3,08	10,66	4,78	4,01	-	2,41	5,57	5,00	11,49	5,74	4,41	-	3,28	5,84	5,52	5,79	6,39	10,94	100,06	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	0,75	-	1,82	3,34	1,82	0,99	-	0,99	0,33	1,00	0,91	1,16	0,99	-	0,72	1,16	1,38	1,51	1,41	1,46	21,74	
	OUTROS	32,10	31,30	62,70	22,70	55,10	30,30	56,10	64,90	38,90	45,30	51,80	66,50	36,90	76,40	39,10	52,10	42,70	47,20	57,10	79,40	0,30	73,80	39,60	83,40	1.185,70	
	PATROCÍNIO	-	-	-	-	0,70	0,90	0,50	0,40	0,40	0,40	-	0,40	0,50	0,80	0,50	0,70	0,30	0,30	0,80	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	7,40	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	-	-	-	2,60	3,30	1,70	1,90	0,30	1,50	2,40	4,20	3,20	2,30	2,60	2,30	2,60	0,50	0,60	1,50	0,50	1,70	3,30	2,40	36,50	
	TELEVENDAS	-	-	-	90,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90,50	
	Total	32,10	32,10	62,70	113,20	60,20	30,30	64,30	83,80	47,70	52,60	52,10	71,90	45,70	87,10	55,50	61,80	51,40	48,00	61,80	88,70	7,80	82,90	50,80	99,20	1.443,70	
15-12-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	0,70	-	-	-	-	0,70	-	0,90	-	-	-	-	-	-	-	0,70	3,00	
Sexta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	0,72	-	-	-	4,50	4,41	5,33	5,30	7,30	5,35	4,81	5,89	6,12	11,25	4,81	3,94	0,62	4,00	11,43	-	5,99	7,10	6,25	105,12		
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	0,16	-	-	1,29	0,90	1,49	1,40	1,70	1,95	0,99	2,41	0,38	2,65	1,29	0,66	0,08	-	1,57	0,58	1,91	2,20	2,35	29,01		
	OUTROS	58,60	53,84	25,10	25,60	56,51	27,20	82,10	26,00	41,10	82,20	20,20	64,20	46,10	46,40	53,80	67,10	35,30	75,50	40,60	51,80	52,02	54,70	24,20	82,30	1.192,47	
	PATROCÍNIO	-	-	-	-	0,20	0,10	0,20	0,30	0,30	0,30	0,10	0,40	0,20	0,60	0,30	0,40	0,40	0,10	0,10	0,40	0,70	0,10	0,10	0,20	4,70	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,40	-	-	-	1,80	-	3,30	1,40	3,30	0,70	3,30	0,70	2,50	0,90	4,40	0,60	3,30	0,50	0,30	3,80	-	3,50	1,40	1,90	34,00	
	TELEVENDAS	-	-	-	75,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75,50	
	Total	59,80	54,00	25,10	101,10	57,80	32,60	90,00	34,40	51,30	93,60	31,10	70,80	57,30	54,70	72,70	75,00	43,60	76,80	44,90	69,00	53,30	66,20	35,00	93,70	1.443,80	
16-12-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	1,40	-	1,90	-	0,70	-	-	-	-	0,70	-	-	-	-	-	0,70	-	-	-	0,70	5,40	
Sábado	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,90	0,80	-	-	0,66	-	1,90	6,30	3,37	-	5,45	11,57	5,82	5,94	5,09	4,59	0,82	3,87	3,87	3,61	5,56	7,15	5,97	86,24		
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	1,14	-	1,10	-	1,13	-	1,85	3,33	1,88	1,66	0,91	0,41	0,08	0,33	0,33	1,99	2,04	1,25	1,93	21,36		
	OUTROS	53,60	39,10	61,00	48,40	60,60	54,80	52,60	63,80	50,80	32,10	58,10	52,50	44,20	53,40	63,50	30,50	75,50	46,60	32,70	83,70	33,80	39,10	78,20	1.208,60		
	PATROCÍNIO	0,40	0,30	-	-	0,10	-	0,30	0,10	0,20	-	0,20	0,60	0,40	0,20	0,10	0,30	0,30	0,10	0,30	0,20	0,50	-	0,10	0,10	4,50	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,90	1,30	3,00	-	0,90	-	2,60	1,20	2,20	0,30	3,70	3,30	3,60	3,00	3,60	3,00	5,30	0,80	0,80	1,40	2,80	1,60	1,20	2,60	42,70	
	TELEVENDAS	-	-	-	75,60	-	-	-	-	-																	



RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Dezembro de 2006		Unidades de Hora																									
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos	
	OUTROS	51,70	31,00	82,70	64,50	29,10	55,50	52,40	53,40	74,90	37,80	34,60	68,90	47,40	9,00	90,60	65,50	44,60	36,92	80,40	52,50	20,10	77,90	54,30	48,60	1.264,32	
	PATROCÍNIO	0,40	0,20	0,10	-	-	-	-	0,20	0,10	0,30	0,10	-	0,10	-	0,10	0,10	0,30	0,10	0,30	0,60	-	-	0,10	0,20	3,30	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,00	3,30	1,60	0,60	-	-	0,80	1,50	3,50	3,50	0,40	1,50	2,20	-	1,90	1,80	2,10	0,50	0,30	2,00	0,80	2,20	2,30	3,30	38,10	
	Total	55,50	35,30	84,40	65,10	30,30	60,20	60,20	62,70	86,60	55,90	35,60	77,20	64,80	9,00	104,50	74,40	53,70	37,60	86,70	62,30	27,90	88,10	64,70	61,50	1.444,20	
21-12-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,60	-	-	-	-	1,80	-	-	2,30	-	-	-	-	5,70	
Quinta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	0,42	-	-	-	4,82	-	4,29	4,70	4,49	13,38	0,42	4,50	5,98	11,21	3,72	5,11	3,48	-	4,04	6,20	4,48	5,59	5,57	4,59	95,99	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	0,08	0,08	-	2,58	-	2,51	2,90	1,41	4,92	0,08	2,20	1,22	3,19	1,08	2,59	0,82	0,08	0,66	1,90	2,12	3,01	1,53	1,71	36,75	
	OUTROS	43,60	24,92	-0,08	168,40	50,70	32,40	80,70	25,90	73,70	31,70	38,80	66,20	44,20	62,00	39,00	65,20	43,60	38,32	54,20	48,40	58,70	40,80	82,40	57,90	1.271,66	
	PATROCÍNIO	0,10	-	-	-	-	-	-	0,10	0,40	0,60	0,10	-	0,70	0,40	0,20	-	0,30	0,10	-	0,20	0,70	-	0,10	0,10	4,10	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,50	-	-	-	-	-	2,00	0,50	4,50	2,90	1,00	0,50	2,20	4,00	1,70	2,10	1,50	0,50	0,30	0,50	1,00	-	1,30	0,90	29,90	
	Total	46,70	25,00	-	168,40	58,10	32,40	89,50	34,10	84,50	52,50	40,40	75,00	54,30	80,80	45,70	75,00	51,50	39,00	59,20	59,50	67,00	49,40	90,90	65,20	1.444,10	
22-12-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,70	-	-	-	3,00	2,40	-	-	-	-	-	-	-	7,10	
Sexta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	2,47	0,80	-	-	0,07	3,35	2,80	4,41	9,21	4,96	-	4,63	5,58	5,52	6,51	4,52	3,65	-	3,14	5,56	4,50	5,21	5,75	4,64	87,28	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,33	-	-	-	0,33	1,75	3,00	1,29	2,99	1,54	-	1,87	1,72	1,38	0,99	2,38	1,15	0,08	0,66	1,74	2,40	2,29	1,95	0,96	30,80	
	OUTROS	37,60	38,00	71,50	82,20	58,60	26,30	52,40	55,30	66,40	37,90	46,80	64,50	46,00	36,50	75,50	57,10	39,00	39,72	68,60	66,50	47,60	20,90	75,70	56,30	1.266,92	
	PATROCÍNIO	0,30	0,30	0,10	-	-	-	-	-	0,20	0,30	-	-	0,50	0,10	0,70	0,40	0,60	0,10	0,50	0,40	0,20	0,70	-	0,10	5,50	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,50	3,50	-	-	-	-	-	2,40	1,90	4,10	2,30	0,30	1,20	2,80	2,20	2,60	1,30	3,30	0,50	2,80	2,90	1,90	3,40	3,60	46,80	
	Total	44,20	42,60	71,60	82,20	59,00	31,40	60,60	62,90	82,90	47,00	47,10	73,90	56,60	45,70	86,30	68,70	50,10	40,40	73,20	77,00	57,60	31,00	86,80	65,60	1.444,40	
23-12-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,40	-	0,70	-	4,30	-	-	0,40	-	-	-	-	6,20	
Sábado	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	2,40	-	-	-	-	0,20	0,50	2,40	3,13	-	-	3,71	8,20	-	4,78	3,65	1,00	-	3,20	-	-	8,01	-	6,54	47,72	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	0,50	-	-	-	-	0,50	2,20	2,87	-	-	2,79	3,10	0,25	4,12	2,25	1,40	0,08	0,50	-	3,24	2,99	-	3,06	29,85	
	OUTROS	35,70	38,60	86,60	68,50	49,10	63,70	48,00	49,40	60,70	64,30	30,30	66,10	50,90	65,45	39,30	40,50	45,70	49,22	57,10	29,40	109,46	37,60	-	119,40	1.305,03	
	PATROCÍNIO	0,20	0,10	-	-	-	-	0,20	0,20	1,10	0,10	-	0,50	1,50	0,30	0,50	0,60	0,40	0,10	-	0,30	1,30	1,00	-	0,80	9,20	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,10	3,80	1,90	-	-	1,70	2,20	5,60	2,40	2,40	0,30	1,60	3,70	-	7,00	3,40	3,70	0,50	0,50	-	1,30	0,30	-	4,30	46,30	
	Total	40,40	43,00	88,50	68,50	49,10	63,70	50,10	52,80	72,00	72,80	30,60	74,70	67,80	66,00	56,40	50,40	56,50	49,90	61,30	30,10	115,30	50,30	-	134,10	1.444,30	
24-12-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	0,40	-	-	-	0,40	-	0,40	0,40	0,40	-	-	0,40	-	-	-	3,90	-	0,50	-	-	0,40	0,40	-	7,60	
Domingo	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	0,66	0,73	-	-	-	-	-	0,54	3,92	2,71	-	3,67	3,17	4,30	3,14	6,25	1,53	-	3,02	2,12	5,23	1,80	2,60	1,66	47,05	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,84	0,67	-	-	0,33	0,25	-	1,16	4,28	2,29	-	1,63	0,83	1,00	1,46	3,85	1,07	0,08	0,58	3,97	-	-	2,30	1,74	28,91	
	OUTROS	24,60	74,80	56,10	73,30	61,27	35,45	61,60	48,20	78,50	35,60	47,60	60,80	61,30	31,00	72,10	63,30	35,00	47,02	69,70	25,60	94,20	31,80	39,10	94,00	1.321,94	
	PATROCÍNIO	0,10	0,20	-	-	0,30	0,20	-	0,20	0,40	0,60	-	0,20	0,70	0,10	0,30	0,90	0,50	0,10	0,30	0,50	0,40	0,20	0,40	0,10	6,70	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,90	1,90	-	-	1,50	0,50	-	1,60	2,70	1,00	0,30	1,80	2,00	1,00	0,80	3,30	2,20	0,50	0,30	0,60	2,50	-	2,00	2,50	31,90	
	Total	29,10	78,70	56,10	73,30	63,40	36,80	61,60	52,10	90,20	42,60	47,90	68,10	68,40	37,40	77,80	77,60	44,20	47,70	74,40	29,40	106,30	34,20	46,80	100,00	1.444,10	
25-12-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	0,90	-	1,20	-	-	3,90	-	-	2,70	-	2,00	3,90	3,90	-	-	-	-	-	-	-	-	18,50
Segunda-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	1,82	1,14	-	-	0,39	-	6,75	-	-	1,14	-	3,76	3,45	-	3,07	3,99	2,44	-	5,76	-	2,12	2,18	3,07	1,54	42,62	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,58	0,66	-	-	1,01	4,80	3,15	-	0,46	0,50	0,74	2,85	-	-	3,63	2,41	1,46	0,08	2,44	0,42	0,58	1,62	2,03	1,86	31,28	
	OUTROS	4,00	105,00	48,20	70,90	33,90	75,40	28,20	51,80	57,40	65,80	48,40	61,10	64,70	33,90	41,20	85,50	30,80	49,02	76,30	52,18	24,90	59,60	51,20	90,80	1.310,20	
	PATROCÍNIO	0,40	0,10	-	0,10	-	0,40	0,30	-	0,10	0,60	0,40	0,50	-	0,30	0,30	0,30	0,10	0,60	0,70	0,50	0,40	0,30	0,30	0,30	6,90	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,20	2,80	-	0,70	0,70	2,90	1,40	-	0,70	1,30	1,60	2,30	-	2,20	3,50	1,40	1,50	1,70	-	1,40	1,80	2,70	2,00	2,00	33,60	
	Total	8,00	109,70	48,20	71,70	36,90	83,50	41,00	51,80	57,40	72,10	50,80	67,60	76,50	33,90	52,40	99,60	40,30	50,70	86,80	53,30	29,50	65,60	59,30	96,50	1.443,10	
26-12-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,50	-	-	-	-	-	-	0,70	0,50	-	-	-	0,70	-	0,70	-	0,50	-	-	-	-	-	-	-	-	3,60
Terça-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	1,42	1,02	-	0,60	-	4,20	3,44	3,92	4,64	8,83	0,32	3,04	5,40	2,13	8,24	3,42	2,23	-	1,60	2,99	3,23	2,22	7,06	-	69,95	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	0,58	-	-	1,59	-	2,16	1,28	1,16	-	0,66	0,50	3,27	-	1,66	0,58	0,87	0,08	1,50	0,91	1,67					

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Dezembro de 2006

Data	Descrição (*)	Unidades de Hora																						Minutos		
		2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29		0:30-1:29	1:30-2:29
	OUTROS	56,10	37,40	-	132,00	59,20	54,05	45,20	44,72	62,80	60,80	40,40	65,20	60,40	61,40	33,30	55,20	63,80	28,40	58,90	80,80	58,90	47,70	57,10	48,00	1.311,77
	PATROCÍNIO	0,20	1,10	-	-	-	0,40	-	0,70	0,30	1,60	-	-	0,80	0,80	0,90	0,70	1,00	0,40	0,40	0,50	-	0,30	0,50	0,60	11,20
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,20	3,00	-	-	-	3,60	0,20	2,10	2,30	5,60	1,00	1,20	3,50	7,80	9,30	4,30	2,90	1,90	1,40	2,80	-	2,40	5,60	5,40	68,50
	Total	60,20	42,40	-	132,00	59,20	58,80	45,40	49,40	67,70	74,50	41,40	69,30	67,50	73,10	49,40	62,20	69,30	30,70	61,80	85,90	60,80	51,30	65,80	65,10	1.443,20

Situações de blocos de espaço publicitário que ultrapassam seis minutos em cada unidade de hora
 Situações de blocos de espaço publicitário que ultrapassam doze minutos em cada unidade de hora

Notas:

Fonte: Telereport (base de dados de programa da Mediamonitor)

Colunas: Data: Data de emissão

Descrição: Tipos de programas agregados pelas seguintes classes:

Auto promoção Estação, Patrocínio, Promoção Programa e Televentas - Tipologia Telereport

Espaço comercial (Não institucional) - Apurado por diferença entre tipologia de "Espaço Comercial" do Telereport e a rubrica seguinte

Espaço comercial (Institucional) - Apurado por cross-matching entre Telereport e base dados de publicidade institucional (Gmedia)

Outros - Outros programas (residual). Os eventuais valores negativos (imateriais) apresentados nesta classe resultam do processo de cross matching entre Telereport e Gmedia

Unidades de Hora: Unidades de hora com início na hora de abertura da emissão (02:30)

Comentários "Call outs": Com o objectivo de destacar as situações mais significativas, em cada mês são apresentados comentários "call outs" para os cinco maiores valores de duração de publicidade por unidade de hora

Nestes call outs, de forma sintética, é apresentada a seguinte informação: (i) Nº de blocos publicitários transmitidos, hora de início e sua duração, (ii) Identificação do(s) programa(s) interrompidos ou intercalados

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Fevereiro de 2006

Unidades de Hora

Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos	
01-02-2006 Quarta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	1,80	-	-	-	7,29	-	3,80	4,85	4,85	-	5,60	6,23	5,08	5,80	5,12	5,89	4,93	-	12,16	-	6,09	5,85	13,31	1,82	100,47	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	1,41	0,17	1,00	2,25	0,75	0,25	-	0,17	0,82	0,50	1,08	0,91	2,07	0,08	0,74	0,16	2,11	0,25	1,49	0,08	16,29	
	OUTROS	50,40	37,30	27,40	21,20	51,10	28,83	53,80	76,10	45,00	63,45	27,20	67,60	49,00	36,70	63,20	46,50	58,40	43,22	63,00	60,24	60,80	19,00	65,40	64,40	1.179,24	
	PATROCÍNIO	0,40	0,10	-	-	-	0,20	0,20	1,20	0,40	0,20	0,40	-	0,50	0,10	0,50	0,20	1,00	0,10	0,50	0,30	0,10	0,10	0,40	0,10	7,00	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,60	-	-	-	-	1,50	1,40	4,30	1,90	1,00	1,30	2,70	2,10	2,10	2,60	4,20	1,20	3,30	2,50	-	1,60	3,00	3,30	2,40	43,50	
	TELEVENDAS	-	-	-	98,10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	98,10
Total		56,20	37,40	27,40	119,30	59,80	30,70	60,20	88,70	52,90	64,90	34,50	76,70	57,50	45,20	72,50	57,70	67,60	44,20	78,90	60,70	70,70	28,20	83,90	68,80	1.444,60	
02-02-2006 Quinta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	0,67	-	-	-	1,70	4,33	4,67	2,31	3,44	8,45	0,40	6,28	5,47	4,22	7,55	8,65	5,19	0,44	5,57	6,10	8,59	10,27	-	6,97	101,25	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,33	0,08	-	-	-	1,17	1,33	1,49	1,16	1,25	-	0,74	0,33	1,58	0,75	0,25	0,41	0,16	0,33	-	2,91	0,83	-	0,83	15,93	
	OUTROS	30,80	60,52	-	22,70	28,60	53,40	52,80	57,40	27,30	93,40	34,30	62,90	51,10	63,60	35,60	45,40	54,30	74,30	54,70	20,30	76,40	34,40	63,60	58,70	1.156,52	
	PATROCÍNIO	0,20	-	-	-	-	0,20	0,20	0,50	0,40	0,90	0,20	0,10	0,50	0,30	0,40	1,30	0,10	0,40	0,20	0,70	0,50	-	0,20	0,20	7,80	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,90	0,70	-	-	1,20	1,30	1,40	2,10	1,40	2,10	4,00	0,60	2,20	1,80	4,10	0,50	4,60	2,00	1,40	0,90	2,40	2,10	3,40	-	2,00	42,60
	TELEVENDAS	-	-	-	120,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120,50
Total		35,90	61,30	-	143,20	30,30	60,30	60,30	63,10	34,40	108,00	35,50	72,20	59,20	74,00	44,70	59,30	63,20	76,40	61,90	29,00	90,70	49,40	63,60	68,70	1.444,60	
03-02-2006 Sexta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	2,67	-	-	-	1,40	3,94	4,81	2,40	2,60	9,56	0,50	6,25	4,68	5,48	4,87	7,60	5,88	-	12,36	-	6,17	5,94	6,99	6,95	101,05	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,33	-	0,08	-	-	1,16	1,49	1,50	0,50	1,34	-	0,25	1,32	0,42	1,83	0,50	0,82	0,08	0,74	0,16	1,43	1,16	0,41	0,75	16,27	
	OUTROS	44,50	48,10	-0,08	22,30	28,90	54,00	52,90	81,10	-	95,80	33,90	68,80	50,00	33,60	59,20	47,70	58,90	41,62	61,80	62,64	46,60	33,30	74,10	57,20	1.156,88	
	PATROCÍNIO	0,30	0,10	-	-	-	0,20	0,10	0,50	0,80	0,20	0,20	0,60	0,40	0,60	0,30	0,30	1,10	0,10	0,40	0,50	0,30	0,10	0,50	0,30	7,90	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,50	-	-	-	-	0,90	1,00	2,10	1,70	5,30	0,60	2,60	2,60	2,20	2,20	5,20	2,60	0,80	2,10	-	1,80	2,30	2,30	1,60	41,40	
	TELEVENDAS	-	-	-	120,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120,50
Total		49,30	48,20	-	142,80	30,30	60,20	60,30	87,60	5,30	112,80	35,20	77,90	59,20	42,10	68,70	61,30	69,30	42,60	77,40	63,30	56,30	42,80	84,30	66,80	1.444,00	
04-02-2006 Sábado	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,60	-	-	-	1,20	1,80	2,20	2,54	4,10	4,32	-	6,13	11,57	-	6,95	12,65	5,32	-	5,76	5,90	6,11	5,77	6,80	10,08	104,80	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	0,17	-	-	-	-	0,66	0,50	1,08	-	0,17	2,03	1,00	0,25	0,25	0,58	0,08	0,24	-	1,39	0,33	1,90	0,42	11,05	
	OUTROS	37,00	-0,17	119,10	-	54,40	58,40	53,30	53,00	49,70	62,30	30,20	68,40	48,60	58,00	49,70	43,00	43,10	43,02	81,50	25,40	36,50	78,30	45,10	67,10	1.204,95	
	PATROCÍNIO	0,40	-	0,10	-	-	-	0,30	0,30	-	0,40	-	0,20	0,90	0,20	0,60	0,30	0,90	0,10	0,40	0,10	0,40	0,10	0,40	0,40	6,50	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	4,60	-	-	-	0,90	1,00	1,40	1,00	1,40	2,40	0,60	1,70	6,00	1,00	2,10	3,30	2,50	0,80	1,90	0,10	1,40	1,90	2,80	2,70	41,50	
	TELEVENDAS	-	-	-	75,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75,50
Total		47,60	-	119,20	-	132,00	61,20	57,20	57,50	55,70	70,50	30,80	76,60	69,10	60,20	59,60	59,50	52,40	44,00	89,80	31,50	45,80	86,40	57,00	80,70	1.444,30	
05-02-2006 Domingo	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,80	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	2,20	-	1,00	1,50	-	1,60	0,52	9,48	-	5,87	6,10	12,03	-	11,04	5,13	5,25	-	5,50	6,35	6,05	5,91	13,66	-	99,17	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,70	-	-	-	-	-	0,50	0,58	1,32	1,44	0,33	0,17	2,03	0,25	0,66	0,67	0,25	-	0,25	0,75	1,49	2,14	-	12,77		
	OUTROS	19,20	88,60	-	49,90	38,00	88,50	26,50	74,40	52,36	26,50	59,30	64,50	21,10	81,50	42,50	56,00	36,20	65,40	33,40	47,20	91,00	39,20	61,40	1.162,66		
	PATROCÍNIO	-	0,30	-	-	-	0,70	0,60	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,70	0,30	0,70	0,30	0,70	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,50	-	7,40	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	3,60	-	1,00	0,70	-	2,00	2,10	4,20	2,30	1,10	1,80	3,10	1,70	3,20	2,20	1,60	0,50	1,50	0,60	1,20	2,80	2,70	-	39,90	
TELEVENDAS	-	-	-	120,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120,60	
Total		19,90	94,70	-	122,60	52,10	38,00	93,30	30,30	89,90	56,40	34,10	67,50	82,00	23,10	97,10	50,80	63,80	37,00	72,70	40,90	55,20	101,50	59,00	61,40	1.443,30	
06-02-2006 Segunda-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	1,60	0,80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,40	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,47	1,00	-	1,00	-	1,62	2,97	0,60	3,78	9,30	0,40	4,78	4,92	5,74	5,51	7,28	4,11	-	5,77	5,82	5,73	10,62	-	90,12		
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,33	-	-	-	-	1,28	1,33	1,00	0,92	1,00	-	0,42	0,08	0,66	0,99	0,42	0,99	0,08	-	0,33	1,08	1,57	1,08	0,08	13,64	
	OUTROS	39,30	48,00	-	22,80	29,00	56,20	54,80	57,80	36,30	79,40	42,70	64,40	45,80	46,50	61,80	47,40	62,80	42,02	78,30	55,90	3,10	62,40	83,40	61,42	1.181,54	
	PATROCÍNIO	0,10	-	-	0,20	0,20	0,30	0,60	0,50	0,70	0,20	0,20	0,20	0,40	0,20	0,50	0,30	1,30	0,10	0,30	0,50	0,30	0,30	0,60	0,10	7,90	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,30	-	-	1,10	1,10	1,40	1,30	0,90	2,60	0,30	1,90	1,10	1,10	1,10	1,90	3,60	1,50	0,50	1,20	1,00	0,90	1,80	1,70	-	28,20	
TELEVENDAS	-	-	-	120,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120,60	
Total		46,10	49,80	-	144,40	30,30	60,40	60,80																			



RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Fevereiro de 2006

Unidades de Hora

Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos	
	Total	21,50	81,30	23,10	114,20	30,30	60,20	60,20	61,50	84,30	43,60	51,20	71,80	51,40	86,10	37,60	83,70	45,30	45,50	87,60	32,70	49,80	69,00	68,50	83,30	1.443,70	
21-02-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	0,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,40	0,40	0,20	-	0,50	2,00	
Terça-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	8,00	0,92	1,00	1,00	1,30	0,86	6,43	2,43	3,69	8,57	0,23	6,23	12,05	-	13,37	4,45	-	4,14	4,65	5,56	5,90	12,96	-	8,45	111,99	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	0,08	-	-	-	2,04	0,67	0,67	1,31	1,13	0,17	0,17	0,25	1,94	0,33	1,75	0,33	1,36	2,05	0,54	0,80	4,24	-	1,25	21,08	
	OUTROS	35,90	22,50	46,90	21,30	59,10	51,40	25,70	84,30	52,60	39,20	39,80	66,10	47,10	68,16	43,20	55,80	29,57	33,50	55,80	68,60	76,70	20,40	-	123,50	1.167,13	
	PATROCÍNIO	0,60	-	0,10	0,10	-	0,60	-	0,60	0,40	0,90	0,20	0,30	0,70	0,10	0,50	2,20	0,40	1,10	0,50	0,80	0,40	0,70	-	0,70	11,90	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	5,60	1,50	2,70	1,80	-	1,20	0,70	1,30	1,40	1,30	0,30	0,80	2,10	-	0,80	2,50	-	1,20	3,10	0,60	2,30	5,50	-	2,50	39,20	
	TELEVENDAS	-	-	-	90,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90,60
	Total	50,10	25,00	50,70	114,80	60,40	56,60	33,50	89,30	59,40	51,10	40,70	73,60	62,20	70,20	58,00	66,70	30,30	41,30	66,10	76,50	86,50	44,00	-	136,90	1.443,90	
22-02-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	0,20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,50	-	-	-	-	-	-	-	-	0,70	
Quarta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	-	-	-	1,70	4,02	5,08	2,11	3,00	4,46	6,60	5,80	5,92	6,12	5,74	7,20	5,33	-	12,31	-	6,06	6,24	7,23	6,83	101,75	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	1,28	1,82	1,09	1,00	1,54	-	0,30	0,08	0,08	1,46	-	1,07	0,08	1,39	0,91	1,84	1,96	0,97	1,67	18,54		
	OUTROS	-	79,40	-	24,80	28,60	52,80	50,90	55,40	47,50	81,30	27,90	66,80	46,30	41,60	56,80	69,30	35,50	44,42	61,60	60,59	31,00	65,10	28,90	78,30	1.134,81	
	PATROCÍNIO	-	0,10	-	-	-	0,60	0,40	1,00	0,40	0,80	0,40	0,30	0,40	0,50	1,10	0,80	1,10	0,10	0,70	1,00	0,30	0,30	0,10	0,30	10,70	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	-	-	-	-	1,50	2,10	1,50	1,60	2,80	0,50	1,10	1,90	2,60	3,90	4,00	2,70	0,50	2,30	-	3,80	2,30	3,60	3,10	41,80	
	TELEVENDAS	-	-	-	135,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	135,50
	Total	-	79,70	-	160,30	30,30	60,20	60,30	61,10	53,50	90,90	35,40	74,30	54,60	50,90	69,00	81,80	45,70	45,10	78,30	62,50	43,00	75,90	40,80	90,20	1.443,80	
23-02-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	0,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,60	-	-	-	-	0,60	1,70	
Quinta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,40	1,70	-	1,00	0,97	3,80	4,89	3,56	4,02	10,27	0,40	6,39	6,32	5,82	6,14	11,04	5,76	-	12,57	-	6,26	6,04	7,07	5,32	114,74	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	0,33	0,50	1,71	0,84	1,48	1,93	-	0,91	0,08	0,08	2,66	0,66	0,74	0,08	2,53	-	1,44	2,66	1,13	1,58	21,68	
	OUTROS	47,00	45,10	-	22,80	55,80	56,70	21,40	54,80	79,70	39,00	35,10	66,90	46,70	41,60	54,90	69,30	30,40	48,02	62,60	62,46	45,60	21,10	41,30	96,80	1.145,08	
	PATROCÍNIO	0,10	0,10	-	-	-	0,30	0,40	0,50	0,90	1,00	0,20	-	0,40	0,50	0,80	0,50	1,20	0,10	0,40	0,50	-	0,20	0,20	0,30	8,60	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,60	5,60	-	2,40	0,20	1,80	1,60	3,00	2,40	0,30	1,30	1,10	1,70	1,90	3,60	3,40	3,40	0,50	2,50	-	1,50	3,00	2,20	2,00	47,20	
	TELEVENDAS	-	-	-	105,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105,50
	Total	56,10	52,50	-	131,70	57,30	62,90	30,70	61,30	89,10	54,60	36,00	75,50	54,60	49,70	66,40	85,10	41,50	48,70	81,20	63,30	54,80	33,00	51,90	106,60	1.444,50	
24-02-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,70	-	-	-	-	-	-	-	-	1,20	
Sexta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,15	0,70	-	-	0,54	5,74	2,28	3,43	10,03	0,23	5,87	5,72	6,06	6,59	9,47	5,62	-	-	12,11	-	6,09	6,12	13,97	-	109,32	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,25	-	-	-	1,36	1,46	1,42	1,17	3,07	0,17	0,63	0,08	0,74	1,21	0,33	0,58	0,08	3,39	0,42	2,41	1,28	2,83	-	-	22,88	
	OUTROS	44,30	45,10	25,00	25,10	53,00	28,70	52,40	56,30	78,30	42,80	30,20	67,50	44,70	40,00	56,50	66,40	36,90	43,42	61,50	54,40	54,40	21,10	41,30	96,80	1.161,20	
	PATROCÍNIO	0,20	0,20	-	-	-	0,10	0,20	0,80	1,20	0,20	0,20	-	0,90	0,40	0,70	0,70	1,40	0,10	0,60	0,00	0,20	0,20	0,30	-	9,70	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,10	2,50	-	-	0,20	1,10	0,80	1,20	4,30	2,70	0,30	2,50	2,30	2,50	2,10	4,50	3,80	0,50	4,60	-	-	-	-	-	-	49,70
	TELEVENDAS	-	-	-	90,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90,50
	Total	51,50	48,50	25,00	115,60	55,10	35,40	60,50	61,40	88,00	59,80	31,10	76,50	53,70	49,70	67,10	82,10	48,30	44,10	82,20	56,10	59,50	36,90	92,50	64,10	1.444,50	
25-02-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,40	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	-	1,40	
Sábado	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	7,17	-	-	-	0,23	1,00	1,28	-	3,21	10,87	-	4,52	13,05	6,10	6,34	5,74	5,37	-	6,18	5,99	5,93	6,04	6,36	7,70	103,08	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,33	-	-	-	0,17	0,50	1,02	-	0,99	1,63	-	2,78	0,75	-	0,96	0,86	0,33	0,08	0,42	1,01	1,67	1,46	2,44	0,50	17,90	
	OUTROS	48,90	-	0,10	44,00	56,30	54,80	45,20	77,30	28,60	49,40	72,70	27,50	70,70	41,20	40,30	52,80	44,52	56,00	42,00	53,60	31,50	89,60	55,30	1.082,32		
	PATROCÍNIO	0,80	-	-	0,20	0,30	0,30	-	0,70	0,30	0,30	0,40	0,30	0,40	0,30	0,50	0,70	0,10	0,10	0,30	0,10	0,20	0,20	0,10	0,10	7,00	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,00	-	-	3,10	1,50	3,00	-	2,60	2,80	0,30	3,50	2,70	1,90	5,20	3,20	3,50	0,50	5,40	1,00	1,40	2,20	4,30	1,20	-	51,30	
	TELEVENDAS	-	-	-	180,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,50
	Total	59,20	-	-	180,60	47,70	59,60	60,40	45,20	84,80	44,20	49,70	83,90	45,00	79,00	54,10	50,60	63,10	45,40	68,30	50,50	62,90	41,40	103,10	64,80	1.443,50	
26-02-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,20	
Domingo	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,27	-	-	-	1,30	1,07	1,86	3,50	4,73	-	6,08	6,07	5,85	5,67	6,20	10,86	-	6,48	4,98	-	5,99	12,08	5,40	-	93,39	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,33	0,08	0,08	-	0,33	1,24	-	0,17	-	0,17	1,92	0,33	0,25	0,5												

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Janeiro de 2006		Unidades de Hora																						Minutos			
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos	
01-01-2006 Domingo	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,20	-	-	2,10	-	1,60	-	-	-	-	-	-	0,80	0,80	-	-	-	-	1,60	-	-	0,80	-	0,80	8,70	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,32	-	-	-	-	0,24	-	-	-	7,04	-	3,25	2,40	3,00	3,39	-	-	4,57	-	5,11	-	5,47	-	3,60	41,39	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	-	-	-	-	0,16	-	-	-	3,26	-	1,35	0,50	0,60	1,01	-	-	1,43	0,16	2,39	0,08	3,73	4,73	-	2,00	21,48
	OUTROS	44,50	-	80,60	100,90	43,90	70,10	28,10	-	141,60	59,50	30,70	66,40	45,60	63,80	43,50	39,10	79,10	48,74	71,00	66,62	46,80	43,77	32,30	88,90	1.335,53	
	PATROCÍNIO	1,20	-	0,10	0,10	-	0,70	-	-	-	1,10	-	-	-	0,60	0,10	-	0,60	0,20	1,00	0,10	0,30	1,00	0,50	0,70	8,30	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,40	-	-	2,00	-	3,10	-	-	-	2,50	-	0,30	1,60	0,60	2,90	2,00	-	2,40	0,50	2,00	-	1,50	1,50	-	3,00	28,30
	Total	51,70	-	80,70	105,10	43,90	75,90	28,10	-	141,60	73,40	31,00	72,60	49,90	71,70	39,10	88,10	49,60	83,10	66,80	57,80	51,80	32,80	99,00	1.443,70		
02-01-2006 Segunda-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	1,20	0,80	-	0,30	-	0,20	-	0,80	0,20	-	-	0,80	0,20	-	-	0,30	4,80	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	-	-	-	-	4,10	1,35	1,92	4,04	4,09	0,40	2,41	7,43	2,75	-	4,85	3,63	-	3,08	8,83	3,82	-	5,93	2,65	61,28	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,35	0,08	-	-	-	1,93	-	1,45	0,58	2,06	1,21	0,99	1,17	2,05	-	0,35	0,57	0,08	0,82	4,47	2,58	3,07	0,77	0,35	24,93	
	OUTROS	50,95	48,92	53,10	83,10	55,07	57,10	53,90	29,30	78,50	46,60	34,50	82,90	40,10	56,90	-	87,90	56,80	50,72	68,90	49,40	51,10	60,63	0,10	112,70	1.309,19	
	PATROCÍNIO	0,10	-	-	-	-	-	0,50	-	-	0,60	-	0,20	0,50	0,60	-	0,60	0,30	0,10	1,30	0,50	0,50	0,50	-	-	6,30	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,80	0,90	0,60	1,20	-	1,70	2,10	0,70	1,90	2,90	0,30	1,80	4,60	1,80	-	5,80	1,10	0,50	1,50	3,30	1,20	1,20	-	0,40	36,30	
	Total	52,20	49,90	53,70	84,30	57,00	62,90	59,30	32,50	87,70	56,20	35,20	88,60	53,80	64,30	-	100,30	62,60	51,40	75,60	67,30	59,40	65,40	6,80	116,40	1.442,80	
03-01-2006 Terça-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,20	0,30	-	-	-	-	-	1,10	-	-	0,80	-	0,80	-	0,80	-	0,80	-	-	-	0,80	-	-	0,80	6,40	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	1,20	-	-	-	-	2,54	-	1,37	2,91	-	1,51	4,50	4,91	6,36	-	2,86	6,18	4,83	-	9,89	2,40	2,99	2,18	1,48	0,80	58,91
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	-	1,76	-	0,83	1,89	-	2,99	-	1,29	1,24	0,08	1,84	0,62	1,07	0,08	2,81	2,50	1,81	2,62	1,82	0,70	25,95
	OUTROS	16,70	89,90	60,40	24,40	54,80	30,60	56,60	76,50	-	106,60	28,10	64,20	47,90	23,12	60,60	73,20	54,80	50,62	70,20	47,80	62,60	30,40	74,90	56,10	1.261,04	
	PATROCÍNIO	0,10	0,60	0,50	-	0,50	-	-	1,00	-	0,60	-	0,10	0,50	0,10	0,10	0,60	0,80	0,10	1,10	0,60	0,10	1,00	0,20	0,60	9,20	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,20	0,10	-	-	0,80	-	-	1,00	-	6,80	2,80	2,30	0,50	1,70	2,90	-	0,90	3,80	1,20	0,50	2,90	3,00	2,00	1,80	37,40	
	Total	18,40	90,90	60,90	70,00	60,40	30,60	59,80	90,20	2,80	114,00	33,90	72,20	59,70	23,30	67,10	84,40	63,50	51,30	86,90	54,90	68,90	39,20	80,40	60,80	1.444,50	
04-01-2006 Quarta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	0,80	-	-	0,80	-	0,80	-	0,80	-	0,80	-	-	-	-	-	-	-	3,20	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	-	-	-	-	0,77	6,50	1,14	2,60	2,45	8,73	0,50	5,89	4,29	4,32	2,93	8,35	4,03	-	6,24	5,80	11,46	3,88	-	3,80	83,68
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,18	-	-	-	-	1,43	-	1,16	0,60	0,65	2,37	-	1,41	1,01	0,08	1,87	0,35	2,10	0,08	1,16	2,10	3,34	2,62	0,08	1,00	23,56
	OUTROS	49,42	-	-	23,40	54,60	25,00	85,30	25,00	84,20	35,40	40,20	60,10	44,70	49,70	46,90	60,40	53,50	51,12	66,10	31,30	76,30	31,40	34,82	96,30	1.125,16	
	PATROCÍNIO	0,50	-	-	-	-	0,50	-	0,50	-	0,60	-	0,10	0,40	0,50	0,10	0,60	0,30	0,10	1,10	0,20	0,70	0,50	0,10	0,80	7,60	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	-	-	-	-	1,60	0,90	1,60	3,40	1,80	0,30	1,50	2,20	2,20	1,40	5,90	1,50	0,50	1,80	1,10	2,00	1,90	-	3,40	35,00	
	Total	51,10	-	-	188,90	56,80	33,60	89,30	30,30	90,70	49,70	41,00	69,00	53,40	56,80	54,00	75,60	60,40	51,80	76,40	40,50	93,80	40,30	35,00	105,30	1.443,70	
05-01-2006 Quinta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	0,80	-	0,80	-	-	-	-	-	0,80	-	-	-	-	-	0,60	-	0,60	3,60	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	0,41	-	-	-	0,44	5,50	1,98	3,27	3,40	6,14	0,30	5,11	3,48	4,90	8,16	3,72	4,73	-	5,08	5,89	5,91	2,56	5,90	4,62	81,50	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,69	-	-	-	1,16	-	1,72	0,33	0,50	2,06	-	1,29	0,82	-	2,64	0,08	0,57	0,08	0,82	1,41	3,29	5,34	2,00	0,58	26,38	
	OUTROS	22,60	50,40	-	22,70	54,70	27,10	83,10	25,80	83,80	34,20	43,30	63,80	44,00	47,70	74,70	29,80	53,30	50,42	73,20	46,80	28,00	75,00	25,40	86,80	1.146,62	
	PATROCÍNIO	0,60	0,10	-	-	-	0,50	-	0,50	0,30	0,40	-	0,10	1,20	-	0,40	0,80	0,70	0,10	1,30	0,10	0,50	0,10	0,60	0,10	8,40	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,10	3,00	-	-	-	1,00	1,40	1,00	1,50	3,90	0,30	1,50	3,30	2,50	4,50	3,90	1,40	0,50	1,60	1,70	2,40	1,70	2,40	0,90	41,70	
	Total	28,40	53,50	-	158,20	56,30	34,10	89,00	30,90	90,30	46,70	43,90	71,80	52,80	55,10	90,40	39,10	60,70	51,10	82,00	55,90	38,30	85,30	36,30	93,60	1.443,70	
06-01-2006 Sexta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,80	0,80	-	1,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,60	-	-	-	-	-	-	-	-	3,80	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	2,52	-	-	-	0,24	6,00	3,50	2,12	2,77	5,68	0,40	5,69	2,49	5,42	2,79	6,95	3,93	-	6,18	5,98	6,68	2,36	8,49	2,37	82,56	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	-	-	-	1,16	0,50	1,10	1,08	1,03	2,92	-	1,41	0,91	0,58	2,51	0,35	1,07	0,08	0,82	2,22	5,54	3,81	0,43	29,82		
	OUTROS	43,60	56,10	-	24,00	54,80	25,80	53,60	53,70	35,50	86,80	37,00	65,10	44,00	43,80	49,90	56,90	57,60	47,82	73,90	49,70	44,00	26,70	60,80	71,60	1.162,72	
	PATROCÍNIO	0,60	0,50	-	-	-	-	-	0,50	-	1,40	-	0,10	0,40	0,50	0,30	0,80	0,40	0,10	1,30	0,10	0,70	0,30	0,70	0,40	9,10	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,10	1,00	-	2,00	0,20	1,90	1,90	3,40	1,90	4,10	0,30	2,50	2,00	3,00	2,30	7,00	1,20	0,50	2,20	1,50	2,50	2,40	4,00	1,20	50,10	
	Total	48,70	58,40	-	133,20	56,40	34,20	60,10	60,80	41,20	100,90	37,70	74,80	49,80	53,30	57,80	72,60	64,20	48,50	84,40	59,50	56,10	37,30	77,80	76,00	1.443,70	
07-01-2006 Sábado	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	-	-	-	-	0,23	1,02	0,14	2,50	1,87	-	5,95	9,08	-	8,64	-	7,79	-0,08	5,85	5,94	4,84	2,20	4,97	4,54	65,40	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	-	0,17	0,08	0,66	2,00	2,43	-	1,85	0,60	-	0,96	-	2,31	0,08	1,65	0,66	3,36	5,10	3,43	0,16	25,50	
	OUTROS	32,50	45,50	-	-	47,10	54,30	44,90	86,40	51,80	53,90	30,00	77,20	24,00	28,00	91,90	31,20	79,50	39,52	74,00	47,00	30,80	56,40	67,90	55,40	1.149,22	
	PATROCÍNIO	1,10	-	-	-	-	0,20	0,50	0,40	0,80	0,40	-	0,50	1,00	0,20	0,10	0,30	0,50	0,10	1,30	0,10	0,40	0,60	0,10	1,20	9,80	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,30	-	-	-	1,80	1,70	1,90	2,80	1,90	4,10	0,30	3,10	2,40	-	2,20	-	1,80	3,80	0,90	1,10	1,40	2,90	3,80	3,10	34,90	

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Janeiro de 2006

Unidades de Hora

Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos	
	TELEVENDAS	-	-	-	75,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75,60	
	Total	12,30	-	127,80	100,00	30,20	60,20	60,30	61,40	39,00	107,10	33,00	77,20	61,30	42,80	89,00	38,70	74,80	37,60	80,80	56,10	71,30	29,80	62,90	90,10	1.443,70	
21-01-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	0,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,50	
Sábado	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	-	1,00	-	-	0,80	0,04	1,56	4,24	5,38	-	5,39	11,81	5,22	-	7,77	-	4,82	4,85	6,74	4,84	4,61	2,30	6,80	78,17	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,25	-	-	-	-	-	0,66	0,74	1,76	1,92	-	1,81	1,59	0,58	-	1,93	0,41	0,08	1,95	1,26	3,26	1,59	5,20	0,50	25,49	
	OUTROS	32,05	-	140,90	-	54,20	62,50	52,10	51,00	51,70	37,60	52,90	75,90	45,60	45,00	20,40	88,90	60,49	27,00	75,80	37,20	37,70	67,60	61,40	54,90	1.232,84	
	PATROCINIO	0,10	-	0,30	-	-	-	0,30	0,20	0,60	0,40	-	0,20	1,00	0,40	-	0,70	0,40	0,50	0,10	0,10	0,30	0,50	0,50	0,30	6,90	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	-	5,20	-	-	-	1,70	2,10	1,70	1,50	2,30	0,30	2,20	2,70	2,10	4,10	1,00	1,00	2,80	1,00	0,50	2,30	2,90	1,10	38,50	
	TELEVENDAS	-	-	-	-	60,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60,60
	Total	32,40	-	147,40	-	114,80	65,00	55,20	55,70	59,80	47,60	53,20	85,50	62,70	53,30	20,40	103,40	62,30	33,40	85,50	46,30	46,60	76,60	72,30	63,60	1.443,00	
22-01-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	0,50	-	-	-	-	-	0,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,20	
Domingo	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	1,70	-	-	-	0,80	1,22	-	2,37	9,85	-	6,07	4,58	9,38	-	11,51	3,50	-	4,77	-	4,22	4,59	-	10,37	74,93	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	2,28	-	-	-	-	-	1,08	-	1,63	2,85	-	0,63	0,92	2,72	0,67	0,59	-	-	0,33	-	0,58	2,31	-	6,53	23,12	
	OUTROS	52,52	34,10	-	-	4,30	53,90	51,30	49,30	53,60	72,20	30,80	57,30	46,10	71,40	53,93	36,90	60,40	-	112,70	-	95,70	78,00	22,90	80,10	1.117,45	
	PATROCINIO	0,20	0,20	-	-	0,10	-	0,10	-	0,10	0,40	-	-	0,10	0,50	0,10	0,20	0,30	-	-	-	0,30	-	-	0,40	3,00	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	4,60	4,50	-	-	1,60	1,80	3,50	-	2,60	4,00	0,30	1,30	2,30	5,00	1,50	3,40	0,80	-	-	-	0,80	0,40	-	3,40	41,80	
	TELEVENDAS	-	-	-	-	180,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,50
	Total	59,60	41,00	-	-	186,50	56,50	57,70	49,30	60,30	89,30	31,10	65,30	54,00	89,00	56,20	52,60	65,00	-	117,80	-	101,60	85,30	22,90	102,00	1.443,00	
23-01-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,60	0,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,00	-	3,80	
Segunda-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	7,75	1,00	-	-	3,69	-	3,75	6,44	-	7,97	0,42	5,31	2,49	4,45	4,35	5,82	3,73	-	4,09	11,35	5,99	-	4,24	7,44	90,28	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,25	-	-	-	2,71	-	1,45	1,16	0,08	1,53	0,08	1,09	0,41	0,75	1,55	0,08	2,17	0,08	0,41	4,05	3,01	-	3,46	1,66	25,98	
	OUTROS	37,50	14,00	-	25,50	51,70	30,60	53,30	79,60	-0,08	91,30	44,20	65,20	49,40	43,70	61,10	45,60	59,60	43,32	64,00	40,00	61,40	-	112,40	49,30	1.122,64	
	PATROCINIO	0,10	0,20	-	-	-	-	0,30	0,40	0,10	0,60	0,10	0,10	0,40	0,20	0,10	0,50	1,20	0,10	0,10	0,40	0,30	-	0,50	0,70	6,40	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,80	1,40	-	-	1,70	-	1,50	1,40	1,30	3,50	0,30	0,60	3,10	2,70	2,10	7,50	1,80	0,50	1,30	2,80	3,60	-	3,00	3,20	44,10	
	TELEVENDAS	-	-	-	150,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150,50
	Total	47,00	17,20	-	176,00	59,80	30,60	60,30	89,00	1,40	104,90	45,10	72,30	55,80	51,80	69,20	59,50	68,50	44,00	69,90	60,60	74,30	-	124,20	62,30	1.443,70	
24-01-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	4,57	-	-	-	0,73	5,90	5,33	3,33	5,01	3,68	0,40	3,39	2,11	5,05	7,68	2,80	3,44	-	4,56	5,13	5,61	11,87	-	3,94	84,53	
Terça-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,33	-	-	-	1,47	1,20	1,37	1,07	1,79	1,32	-	0,41	0,99	0,75	2,72	-	1,66	-	0,74	1,77	2,19	4,13	-	1,96	25,87	
	OUTROS	26,40	-	-	22,90	54,20	24,80	51,70	55,20	77,10	34,50	47,20	61,50	50,00	50,20	54,90	50,20	56,20	53,20	65,40	49,80	62,70	32,80	-	124,10	1.105,00	
	PATROCINIO	0,30	-	-	-	0,40	0,10	0,20	0,60	0,70	0,10	0,10	0,70	0,30	0,30	0,80	0,30	0,80	-	0,40	0,60	0,30	0,30	-	0,40	6,60	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	5,10	-	-	-	0,10	1,60	1,70	1,30	4,60	2,40	0,30	1,70	2,30	1,80	3,00	2,70	2,20	2,00	-	3,00	2,60	2,10	-	0,90	41,40	
	TELEVENDAS	-	-	-	180,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,50
		Total	36,70	-	-	203,40	56,50	33,90	60,20	61,10	89,10	42,60	48,00	67,10	56,10	57,80	68,60	56,00	64,30	53,20	73,10	60,30	73,40	51,20	-	131,30	1.443,90
25-01-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,60	0,80	1,40	
Quarta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	1,60	2,00	-	-	3,00	4,71	3,81	2,05	1,44	8,15	0,42	6,08	3,19	2,20	6,92	3,00	4,77	-	4,26	9,11	5,77	-	6,47	7,72	86,67	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	0,29	1,29	1,65	0,95	0,08	1,02	0,91	0,91	2,00	1,38	2,00	1,38	2,23	0,08	0,74	4,69	2,13	-	3,63	1,08	27,31	
	OUTROS	3,60	99,10	-	24,40	27,30	52,00	53,80	56,10	80,50	35,60	45,20	64,50	51,40	69,10	50,00	30,70	56,90	45,52	65,10	48,00	48,50	50,20	-	65,70	53,80	1.177,02
	PATROCINIO	0,40	0,40	-	-	0,30	-	0,40	0,50	0,80	0,10	0,10	0,60	0,20	0,30	0,40	0,90	0,10	0,10	0,30	0,40	0,40	0,40	-	0,40	0,40	7,40
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,30	2,00	-	-	0,10	0,90	1,30	0,70	2,60	2,10	0,30	1,80	2,20	3,00	3,40	3,30	2,20	0,50	1,50	3,00	2,50	-	4,00	0,20	38,90	
	TELEVENDAS	-	-	-	105,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105,50
	Total	6,90	103,50	-	129,90	30,40	60,20	60,20	60,90	86,20	47,60	46,10	73,50	58,30	76,50	62,00	37,40	67,00	46,20	71,90	65,20	59,30	50,20	80,80	64,00	1.444,20	
26-01-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,80	0,80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,10	2,00	5,90	
Quinta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,90	0,50	-	-	2,35	5,86	5,08	2,75	2,95	3,92	4,35	4,98	5,28	3,29	6,24	19,38	5,11	-	11,65	-	6,24	5,97	13,85	5,80	110,45	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	0,75	1,34	0,92	2,15	0,75	1,38	1,25	0,82	0,82	2,71	0,66	0,42	1,49	0,08	2,25	-	2,76	1,83	3,75	-	26,13	
	OUTROS	51,00	30,20	-	22,00	56,20	23,40	53,00	54,80	37,20</																	

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Janeiro de 2006

		Unidades de Hora																								
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos
	PATROCÍNIO	-	0,10	-	-	-	0,50	0,30	0,90	-	1,10	0,20	0,40	0,50	0,10	0,30	0,60	1,30	0,10	0,40	0,20	0,30	0,30	0,20	0,50	8,30
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	-	-	-	-	2,00	1,50	3,30	1,00	2,40	0,30	1,90	1,20	3,90	2,00	4,90	2,90	0,50	2,00	3,20	1,50	2,40	0,60	1,80	39,30
	TELEVENDAS	-	-	-	150,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150,50
	Total	6,70	60,50	-	172,90	30,30	60,30	60,90	89,30	59,50	56,00	35,30	71,40	57,40	81,00	61,00	37,30	70,00	43,70	86,40	63,30	7,90	70,20	73,60	89,90	1.444,80
31-01-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,80
Terça-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,19	-	-	-	0,69	4,00	4,05	1,50	0,47	4,77	0,50	3,90	2,88	3,41	5,75	3,93	4,28	-	5,41	5,66	5,56	5,73	4,36	4,34	74,38
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,41	0,08	-	-	1,71	0,50	1,25	1,00	1,33	3,13	-	0,90	1,32	2,29	0,75	0,67	2,32	0,08	0,99	1,24	2,84	1,97	2,84	0,96	28,58
	OUTROS	42,70	-0,08	-	23,50	54,80	27,00	54,00	56,00	40,50	89,40	32,50	61,30	50,10	71,00	56,10	51,90	35,70	44,82	65,70	66,20	23,80	41,90	85,90	55,30	1.130,04
	PATROCÍNIO	0,40	-	-	-	-	0,20	-	0,40	0,60	1,10	0,20	0,40	0,90	0,40	0,60	0,60	1,30	0,10	0,10	0,20	0,10	-	0,20	0,10	7,90
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,20	-	-	1,10	-	1,60	0,90	1,60	1,60	3,50	1,10	2,40	2,30	2,80	0,70	2,60	2,00	0,70	1,70	0,70	0,80	1,60	3,60	0,80	37,30
	TELEVENDAS	-	-	-	165,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	165,60
	Total	49,90	-	-	190,20	57,20	33,30	60,20	60,50	44,50	101,90	34,30	68,90	57,50	80,70	63,90	59,70	45,60	45,70	73,90	74,00	33,10	51,20	96,90	61,50	1.444,60

Situações em que a duração dos blocos publicitários em cada unidade de hora ultrapassa os 6 minutos
 Situações em que a duração dos blocos publicitários em cada unidade de hora ultrapassa os 12 minutos

Notas:

Fonte: Telereport (base de dados de programa da Mediamonitor)

Colunas: Data: Data de emissão

Descrição: Tipos de programas agregados pelas seguintes classes:

Auto promoção Estação, Patrocínio, Promoção Programa e Televentas - Tipologia Telereport

Espaço comercial (Não institucional) - Apurado por diferença entre tipologia de "Espaço Comercial" do Telereport e a rubrica seguinte

Espaço comercial (Institucional) - Apurado por cross-matching entre Telereport e base dados de publicidade institucional (Gmedia)

Outros - Outros programas (residual). Os eventuais valores negativos (imateriais) apresentados nesta classe resultam do processo de cross matching entre Telereport e Gmedia

Unidades de Hora: Unidades de hora com início na hora de abertura da emissão (02:30)

Comentários "Call outs": Com o objectivo de destacar as situações mais significativas, em cada mês são apresentados comentários "call outs" para os cinco maiores valores de duração de publicidade por unidade de hora

Nestes call outs, de forma sintética, é apresentada a seguinte informação: (i) N° de blocos publicitários transmitidos, hora de início e sua duração, (ii) Identificação do(s) programa(s) interrompidos ou intercalados

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Julho de 2006

Unidades de Hora

Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos	
01-07-2006 Sábado	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,20	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	6,50	3,90	0,80	-	0,30	0,18	-	0,43	0,73	4,15	0,30	6,11	12,63	-	-	13,83	11,30	5,95	-	5,99	5,80	6,38	6,05	10,58	101,90	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	-	2,32	-	0,87	0,17	3,15	-	3,29	4,48	1,00	1,97	-	2,30	1,25	0,25	2,91	2,80	2,42	1,15	1,92	32,25	
	OUTROS	36,00	36,30	87,80	20,90	0,80	81,90	62,90	31,20	34,90	79,30	46,50	67,90	49,10	55,10	43,40	-	103,10	49,40	49,35	24,30	59,10	50,70	51,10	74,60	1.195,65	
	PATROCÍNIO	0,30	0,70	-	-	-	1,50	-	0,80	-	1,10	-	0,70	1,00	0,20	0,10	-	0,20	-	0,30	1,00	0,80	0,20	-	0,70	9,60	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,40	0,60	-	-	-	1,20	0,20	1,10	2,10	4,00	0,30	0,90	2,90	1,30	2,00	-	3,90	1,30	-	0,20	1,50	0,90	1,50	2,10	28,40	
TELEVENDAS	-	-	-	-	75,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75,50	
Total		43,20	41,50	88,60	20,90	76,60	87,10	63,10	34,40	37,90	91,70	47,10	78,90	70,10	57,60	61,30	-	120,80	57,90	49,90	34,40	70,00	60,60	59,80	91,10	1.444,50	
02-07-2006 Domingo	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	1,20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,20	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	2,40	-	-	-	-	-	0,20	-	3,86	5,10	-	6,35	12,97	6,30	0,30	12,34	5,21	-	5,65	6,52	12,71	6,44	-	9,85	96,00	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	0,84	-	-	-	0,08	-	3,07	7,74	2,40	-	1,75	3,33	1,00	-	5,06	1,39	0,17	1,75	2,08	4,49	1,26	-	2,75	39,16	
	OUTROS	37,40	74,96	-	89,60	58,10	43,32	57,20	45,83	71,70	30,10	52,00	52,00	63,40	39,40	19,30	90,30	44,20	44,63	64,20	34,20	72,40	49,90	25,10	78,60	1.237,84	
	PATROCÍNIO	-	0,20	-	-	-	0,10	-	0,30	0,80	0,10	-	0,20	0,20	0,10	-	0,30	0,30	0,20	-	0,10	-	-	0,50	0,80	4,20	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,80	1,20	-	-	-	0,30	-	1,90	4,30	2,00	0,30	1,60	2,10	2,40	-	3,50	1,10	0,50	1,20	1,70	2,60	2,20	-	3,80	34,50	
TELEVENDAS	-	-	-	30,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30,50	
Total		41,60	78,40	-	120,10	58,10	43,80	57,40	51,10	88,40	39,70	52,30	61,90	82,00	49,20	19,60	111,30	52,20	45,50	72,80	44,60	92,20	59,80	25,60	95,80	1.443,40	
03-07-2006 Segunda-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,90	-	-	-	-	0,90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,10	-	-	0,20	-	-	-	-	-	0,10	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	1,02	-	-	-	1,00	5,85	5,36	3,42	4,57	5,45	4,70	6,17	11,98	-	5,98	4,91	9,47	-	4,08	7,41	6,33	8,33	6,66	-	107,66	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	-	-	-	0,70	0,25	2,34	1,08	2,23	1,25	1,30	1,83	2,62	0,16	1,82	3,59	1,73	0,17	4,22	0,49	1,57	2,87	0,74	1,23	32,27	
	OUTROS	57,30	45,70	-	24,20	28,60	53,10	50,50	54,80	37,70	90,40	25,20	63,60	45,90	21,04	71,50	77,40	33,00	41,33	73,60	57,90	21,80	31,10	53,60	94,40	1.153,67	
	PATROCÍNIO	-	0,80	-	-	-	-	0,30	-	-	0,10	-	0,10	0,50	0,20	0,20	0,20	0,80	0,20	0,60	0,30	-	0,50	0,60	0,30	5,70	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,50	3,00	-	1,40	-	0,40	1,60	1,80	1,20	3,90	0,40	2,90	2,90	-	1,60	3,70	3,50	0,50	1,10	0,40	2,00	1,40	1,80	0,40	36,40	
TELEVENDAS	-	-	-	105,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105,50	
Total		59,80	49,50	-	131,10	30,30	60,50	60,10	62,00	45,70	101,10	31,60	74,60	63,90	21,40	81,10	89,90	48,60	42,20	83,80	66,50	31,70	44,30	63,40	101,40	1.444,50	
04-07-2006 Terça-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	0,90	-	-	-	0,90	-	0,10	0,70	-	0,10	-	-	0,60	-	-	-	-	-	0,10	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,30	-	-	-	0,90	5,15	3,76	3,65	4,48	11,90	0,70	4,62	5,42	7,26	5,60	12,48	5,91	5,73	-	6,09	6,25	7,85	6,49	6,16	115,70	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	0,75	2,04	0,75	0,92	2,20	-	1,58	2,68	0,24	3,20	3,42	1,09	1,67	-	2,41	1,25	2,45	2,31	1,34	-	30,30	
	OUTROS	43,00	-	-	21,90	29,40	53,70	53,00	58,10	41,80	81,40	28,20	64,80	59,70	30,30	43,30	74,10	34,50	60,20	50,80	21,20	57,90	50,00	75,60	58,40	1.091,30	
	PATROCÍNIO	0,10	-	-	0,50	-	0,50	-	-	0,60	-	-	0,60	0,40	0,30	0,50	1,20	0,80	0,20	-	1,20	0,60	-	0,80	-	8,30	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,70	-	-	0,20	-	0,20	0,60	0,40	1,80	2,00	0,60	2,10	1,70	-	2,40	1,10	2,70	2,40	-	1,10	-	1,50	2,00	1,40	27,90	
TELEVENDAS	-	-	-	165,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	165,50	
Total		52,10	-	-	188,10	30,30	60,30	60,30	62,90	49,00	98,10	30,40	73,70	70,00	38,80	55,00	92,40	45,00	70,80	50,80	32,10	66,00	62,70	88,00	67,90	1.444,70	
05-07-2006 Quarta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,90	0,60	-	-	-	0,10	-	2,90	0,10	-	0,10	-	2,10	0,90	0,90	1,20	1,90	0,70	-	0,90	-	-	-	-	0,90	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,04	1,20	-	-	2,65	5,70	4,17	4,65	2,94	13,18	0,40	6,30	5,36	6,66	6,51	8,37	10,88	-	5,28	0,12	0,42	3,85	9,20	5,23	13,51	121,62
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,16	-	-	-	0,25	-	1,93	0,75	2,06	1,72	-	1,00	1,74	0,24	2,29	2,93	0,92	1,92	0,08	0,08	5,25	-	3,57	2,79	29,68	
	OUTROS	49,40	51,30	-	23,80	52,80	28,40	51,40	53,90	31,50	85,90	36,70	67,00	59,40	42,70	71,50	38,40	55,20	36,50	49,90	81,00	0,10	100,90	48,10	-	1.145,60	
	PATROCÍNIO	-	0,50	-	-	-	0,50	0,30	0,50	-	0,60	-	0,60	0,90	0,30	0,20	1,00	1,30	1,30	0,10	0,60	0,50	-	0,70	0,50	10,40	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,80	0,20	-	-	0,20	2,40	0,90	0,90	0,90	0,90	0,30	1,60	0,90	0,40	0,90	2,90	1,50	0,90	-	0,90	-	-	-	-	-	18,10
TELEVENDAS	-	-	-	105,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105,50	
Total		57,30	53,80	-	129,30	55,70	34,90	60,20	60,70	40,30	102,40	37,40	76,50	70,40	38,30	53,50	87,90	54,90	65,30	36,80	52,80	90,60	9,30	110,50	66,30	1.445,10	
06-07-2006 Quinta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,90	-	-	-	-	-	-	1,70	-	-	-	-	0,90	-	-	0,90	0,90	-	0,60	-	-	-	-	-	0,90	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	6,52	-	-	-	7,20	0,30	4,74	7,00	2,98	13,50	0,40	6,40	12,18	-	6,38	6,01	14,23	-	12,04	-	6,40	6,85	6,89	10,30	130,32	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	0,16	-	-	0,50	-	1,56	0,92	2,70	-	-	1,50	1,82	0,16	2,72	2,69	1,17	0,17	4,96	0,08	2,00	2,75	0,41	1,40	27,75	
	OUTROS	44,30	-0,16	-	22,90	52,50	28,50	81,50	27,60	41,10	66,20	43,60	64,60	42,90	17,54	79,40	68,70	29,40	47,63	68,40	56,82	20,40	78,30	42,20	59,50	1.083,83	
	PATROCÍNIO	0,20	-	-	-	-	-	-	-	0,10	-	-	0,10	0,50	0,2												

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

		Unidades de Hora																									
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos	
	PATROCÍNIO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,10	0,50	0,20	0,20	0,20	0,40	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	3,00
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,80	-	4,20	-	0,20	1,30	2,00	1,80	1,10	3,10	0,40	1,20	5,10	-	3,10	3,30	2,20	2,20	-	-	0,70	1,70	2,00	2,50	43,60	
	TELEVENIDAS	-	-	-	90,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90,50
	Total	53,60	65,40	8,20	113,20	56,40	34,10	60,20	63,10	51,40	84,90	41,30	74,90	62,50	21,40	81,10	90,90	46,30	1,30	6,05	3,02	9,22	6,38	6,52	6,15	126,70	
11-07-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	0,10	-	-	-	0,90	-	-	-	-	0,80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9,20
Terça-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	7,47	-	-	-	7,20	-	7,15	6,10	4,55	11,80	0,30	6,22	12,33	-	11,29	-	15,05	-	-	-	-	-	-	-	-	126,70
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,33	0,47	-	-	1,80	1,03	1,55	0,75	0,75	3,90	-	1,58	1,57	0,16	2,21	2,02	0,75	0,17	2,25	6,68	0,08	3,92	0,68	0,45	32,35	
	OUTROS	28,10	29,23	-	21,90	50,40	54,07	50,60	28,00	44,50	76,00	30,00	62,10	53,10	10,74	96,10	55,28	30,10	46,83	78,30	41,10	22,10	51,50	44,60	86,40	1.091,05	
	PATROCÍNIO	0,10	-	-	-	-	-	-	-	-	0,10	-	0,10	0,50	0,20	0,30	0,10	0,40	0,20	0,30	0,50	0,10	-	-	-	2,90	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,00	-	-	-	0,20	2,30	1,20	1,40	2,20	2,90	0,40	1,40	3,30	-	2,00	1,30	1,80	0,50	1,40	1,00	0,80	1,90	1,40	1,90	31,30	
	TELEVENIDAS	-	-	-	150,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150,50
	Total	38,00	29,70	-	172,40	59,60	57,50	60,50	35,50	52,00	95,60	30,70	71,40	70,70	11,10	112,70	58,70	49,40	47,70	88,90	53,20	32,30	64,60	54,90	96,90	1.444,00	
12-07-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	2,10	1,60	-	-	1,50	0,90	-	-	1,30	1,70	-	-	1,40	-	0,70	0,10	2,80	-	0,60	-	-	-	-	-	-	18,70
Quarta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	6,01	2,70	-	-	7,90	-	6,18	7,00	5,86	13,63	0,40	6,57	11,15	-	6,30	4,78	14,53	-	12,49	-	4,88	8,70	6,40	11,49	136,97	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,49	-	-	-	1,10	0,83	1,52	-	2,64	1,97	-	2,33	2,65	0,16	2,40	3,02	1,17	0,17	6,41	0,08	4,02	2,10	1,00	0,41	34,47	
	OUTROS	42,50	52,10	-	21,90	48,30	55,87	24,00	54,20	33,80	82,00	29,70	63,50	41,40	22,94	69,90	71,50	28,70	47,13	66,80	57,92	50,80	39,20	42,00	62,80	1.108,96	
	PATROCÍNIO	0,10	-	-	-	-	-	-	-	-	0,10	-	0,10	0,50	0,20	0,20	0,20	0,40	0,20	0,80	0,10	-	0,10	-	0,10	3,00	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,00	3,20	-	-	1,00	0,80	0,80	0,80	2,20	2,80	0,40	1,60	4,30	-	1,80	3,20	2,70	0,50	1,60	1,90	1,70	0,60	1,90	2,10	36,00	
	TELEVENIDAS	-	-	-	105,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105,50
	Total	53,10	59,60	-	127,40	59,80	58,40	32,50	62,00	45,80	102,20	30,50	74,10	61,40	23,30	81,30	82,80	50,30	48,00	88,70	58,10	61,40	50,60	52,10	80,20	1.443,60	
13-07-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	2,70	-	-	-	0,90	0,10	-	-	0,90	-	0,90	-	1,80	-	-	-	1,30	-	-	-	0,70	-	2,30	-	11,60	
Quinta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	4,29	-	-	-	2,20	5,50	5,17	6,85	6,29	13,10	0,40	6,12	12,25	-	5,59	5,76	14,28	-	12,02	-	5,96	8,13	6,10	5,93	125,94	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,41	0,08	-	-	0,50	3,23	0,25	1,01	3,90	-	0,50	1,58	2,65	0,16	3,01	3,74	1,92	0,17	7,08	0,16	3,24	2,97	1,50	1,57	39,13	
	OUTROS	43,10	-0,08	-	22,50	55,20	54,40	48,10	25,40	46,60	73,30	28,40	64,50	42,40	20,94	69,80	75,10	24,10	52,43	68,80	59,34	19,50	76,40	22,00	78,90	1.071,13	
	PATROCÍNIO	0,20	-	-	-	-	-	-	-	-	0,10	-	0,10	0,50	0,20	0,20	0,20	0,40	0,20	0,70	0,20	0,20	0,40	0,30	0,30	3,90	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,40	-	-	-	-	1,80	1,10	0,80	1,40	2,70	1,00	1,90	2,90	-	1,30	2,00	1,50	0,50	1,80	0,50	0,50	1,10	1,40	1,80	26,90	
	TELEVENIDAS	-	-	-	165,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	165,50
	Total	52,10	-	-	188,00	58,30	62,30	57,60	33,30	56,20	93,10	30,70	74,20	62,50	21,30	79,90	86,80	43,50	53,30	90,40	59,70	29,90	88,80	33,70	88,50	1.444,10	
14-07-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	1,80	-	-	-	1,20	-	-	-	1,50	1,70	-	-	1,50	-	1,70	0,10	0,80	-	-	-	0,10	-	0,90	-	0,90	12,20
Sexta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	8,43	-	-	-	2,05	5,11	6,15	6,12	6,37	13,06	0,80	6,48	12,46	-	5,97	4,69	15,35	-	5,95	-	10,18	3,10	6,40	6,10	5,93	130,70
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,27	-	0,08	-	0,35	1,39	2,35	0,58	2,23	2,34	-	2,72	2,04	0,16	1,73	3,11	1,25	-	-	-	1,72	-	-	-	2,77	30,51
	OUTROS	44,60	52,30	-0,08	23,40	54,60	50,80	22,70	56,20	40,10	74,30	27,70	63,60	45,70	20,24	67,80	70,00	31,80	31,80	51,00	40,70	47,00	55,50	80,40	1.123,29		
	PATROCÍNIO	0,80	0,10	-	-	-	-	-	0,40	-	0,10	-	0,10	0,50	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,40	0,20	0,20	0,40	0,40	4,50	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,00	-	-	-	0,20	2,90	0,90	1,60	1,50	2,00	1,90	1,80	4,70	-	2,10	3,40	3,00	-	-	-	0,90	3,30	-	2,40	37,10	
	TELEVENIDAS	-	-	-	105,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105,50
	Total	58,90	52,40	-	128,90	58,40	60,20	32,10	64,90	51,70	93,50	30,40	74,70	66,90	20,60	79,50	81,50	52,60	5,95	10,18	1,40	43,80	57,80	61,60	92,80	1.443,80	
15-07-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,10	-	-	-	-	-	-	-	0,80	-	0,80	-	0,10	0,70	0,10	-	-	-	-	-	0,10	-	-	-	1,90	
Sábado	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	9,75	-	0,50	0,50	1,08	2,30	2,02	8,07	-	6,25	6,34	12,03	6,13	6,11	6,62	-	-	6,42	5,80	6,00	12,63	-	13,36	4,47	116,38	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,25	-	-	-	2,82	0,70	0,58	4,63	0,75	1,35	3,36	3,47	2,17	1,49	2,38	-	1,08	1,00	1,50	7,57	0,94	2,54	0,33	38,91		
	OUTROS	34,60	-	124,60	3,70	30,80	61,20	53,70	46,50	60,70	70,35	23,80	61,30	51,70	51,80	55,00	35,20	25,40	53,50	88,30	23,30	68,10	59,76	33,00	67,90	1.184,21	
	PATROCÍNIO	1,00	-	0,90	-	0,40	-	0,40	0,40	0,10	-	0,60	0,20	0,50	0,20	0,20	-	0,20	0,20	-	0,20	0,20	0,20	0,60	0,20	6,30	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	4,10	-	2,70	0,40	0,80	-	0,80	1,40	3,20	0,30	0,70	1,00	4,20	1,60	0,90	2,10	-	2,60	1,10	1,40	2,20	1,10	1,40	0,60	34,60	
	TELEVENIDAS	-	-	-	60,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60,50
	Total	49,80	-	128,70	4,60	96,40	61,20	57,90	50,90	76,70	72,20	32,70	72,20	72,00	62,60	63,60	46,50	25,40	63,80	96,20	32,20	90,80	62,00	50,90	73,50	1.442,80	
16-07-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,60	0,70	0,80	0,90	-	-	-	-	-	0,80	0,10	4,90	
Domingo	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,15	-	-	-	0,90	2,10	0,36	1,93	-	7,23	6,18	2,00	13,14	6,54	-	13,73	-	6,40	6,70	13,76	-	6,72	6,41	97,25		
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,25	-	-	-	0,84	2,47	-	4,17	2,02	-	2,76	0,66	1,25	2,97	0,17	-	-	-	-	4,84	0,60	0,68	1,69	26,37		
	OUTROS	29,70	38,40	-	61,70	43,50	57,50	70,40	24,60	69,90	55,60	59,20	18,20	73,30	53,40	56,95	27,20	44,43	61,70	70,20	29,80	64,40	39,20	64,40	1.113,68		
	PATROCÍNIO	0,40	-	-	-	-																					

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

		Unidades de Hora																						Minutos		
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	
20-07-2006 Quinta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	1,30	1,50	1,00	-	1,40	0,10	-	-	1,90	-	-	-	2,10	-	-	-	3,30	-	-	-	-	-	1,30	-	13,90
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,03	2,82	-	-	0,12	5,30	5,80	3,69	3,02	11,99	-	6,14	12,12	-	5,88	4,92	12,61	-	11,68	-	6,24	7,38	11,92	-	116,66
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,07	0,08	-	-	1,68	2,50	2,10	2,71	1,58	4,21	0,08	1,16	0,98	0,16	3,32	1,38	1,99	0,17	1,62	0,08	2,76	4,72	3,08	0,08	37,51
	OUTROS	16,10	48,60	59,10	24,10	52,40	53,30	24,80	54,60	40,40	75,10	34,92	65,60	42,50	20,74	71,80	76,10	29,90	44,63	68,80	55,02	50,50	21,10	68,60	60,92	1.159,63
	PATROCINIO	0,20	0,20	0,10	-	-	-	-	-	-	0,20	0,10	0,10	0,50	0,20	0,20	0,20	0,40	0,20	0,90	0,10	0,20	0,20	0,40	0,20	4,60
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,10	1,90	0,70	-	-	1,10	0,20	2,00	1,80	2,20	0,30	2,10	4,90	-	1,90	2,10	0,70	0,50	5,10	-	1,40	2,20	3,60	1,10	36,90
TELEVENIDAS	-	-	-	75,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75,50
	Total	24,80	55,10	60,90	99,60	55,60	62,30	32,90	63,00	48,70	93,70	35,40	75,10	63,10	21,10	83,10	84,70	48,90	45,50	88,10	55,20	61,10	35,60	88,90	62,30	1.444,70
21-07-2006 Sexta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	1,90	3,20	-	-	1,60	0,10	-	-	1,00	-	-	-	0,80	-	-	-	4,60	-	0,70	-	1,40	-	1,70	0,70	18,50
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	8,93	-	-	-	1,37	7,03	5,69	3,33	3,33	13,32	-	6,08	11,88	-	13,85	6,07	6,05	-	11,73	-	6,53	8,70	6,43	6,89	128,21
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,07	0,91	-	-	1,63	0,17	3,31	2,87	2,97	3,78	0,08	2,32	2,62	0,16	2,65	0,83	0,25	0,17	2,27	0,08	3,37	3,70	1,87	1,11	38,19
	OUTROS	23,20	34,89	-	24,20	51,60	54,80	20,80	52,70	78,00	36,50	33,72	63,10	43,70	17,04	86,70	36,00	40,50	52,13	66,70	56,82	25,30	70,40	42,70	57,30	1.068,80
	PATROCINIO	0,20	0,10	-	-	-	-	-	-	-	0,20	0,10	0,10	0,50	0,20	0,40	0,20	0,50	0,20	0,80	0,10	0,40	-	0,30	0,30	4,40
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,40	1,90	-	0,90	0,20	1,50	1,00	1,90	2,90	2,80	0,30	2,00	7,20	-	6,40	1,90	3,30	0,50	4,50	-	1,10	2,20	2,80	2,30	51,00
TELEVENIDAS	-	-	-	135,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	135,50
	Total	38,70	41,00	160,60	56,40	63,60	30,80	60,80	88,20	57,60	34,20	73,60	66,70	17,40	110,80	44,80	55,20	53,00	86,70	57,00	38,10	85,00	55,80	68,60	1.444,60	
22-07-2006 Sábado	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	2,80	-	-	0,10	-	0,90	0,90	0,90	1,80	0,80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,80	9,00
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,54	3,29	-	-	1,20	-	1,80	1,72	2,89	11,63	-	5,92	12,03	5,83	-	11,91	5,60	-	6,20	6,22	-	5,89	6,63	6,36	100,66
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,76	0,91	-	-	-	-	-	-	0,58	1,71	3,07	-	3,68	3,07	1,17	-	3,69	0,50	0,17	-	1,08	2,41	2,77	1,34	26,91
	OUTROS	49,20	50,70	-	40,80	57,70	54,30	45,70	60,40	47,60	44,70	56,70	50,80	61,80	41,40	60,70	29,70	51,53	54,50	42,80	64,10	37,20	78,70	62,00	1.143,03	
	PATROCINIO	0,40	0,40	-	-	-	-	-	-	0,30	0,60	0,30	0,70	0,30	0,30	0,30	0,30	0,60	0,20	0,10	0,40	0,10	0,40	0,20	0,30	5,30
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,50	2,40	-	0,50	-	1,30	1,40	1,70	4,10	0,30	1,50	2,80	2,40	-	3,20	1,60	0,50	2,50	2,60	1,40	-	2,60	1,40	1,40	37,70
TELEVENIDAS	-	-	-	120,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120,50
	Total	59,40	60,50	120,50	42,60	57,70	58,30	50,30	67,60	68,50	46,40	68,10	69,40	71,50	41,40	79,80	38,00	52,40	63,40	52,80	65,90	45,50	90,90	72,20	1.443,10	
23-07-2006 Domingo	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	1,60	0,80	-	0,10	-	0,90	0,90	1,70	0,70	0,70	0,70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,80	9,90
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	10,26	2,22	-	0,60	-	1,10	1,90	1,28	7,30	5,82	-	5,80	7,20	6,15	6,09	5,51	9,56	2,80	5,80	6,25	13,53	-	12,06	-	111,23
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,74	0,08	-	-	-	-	-	0,42	4,60	0,58	-	3,00	0,60	0,75	0,91	0,39	2,04	-	0,75	1,37	-	2,54	0,08	1,85	18,85
	OUTROS	42,20	7,90	-	61,50	43,80	51,70	45,70	70,90	51,60	27,60	61,00	40,50	41,90	90,20	53,10	25,90	50,30	60,20	67,50	36,90	59,70	43,10	64,22	1.097,42	
	PATROCINIO	0,40	-	-	-	-	-	-	0,10	-	-	-	0,10	0,20	0,20	0,20	0,10	0,10	0,20	0,30	0,20	0,20	0,20	0,10	0,10	1,90
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,70	1,80	-	1,70	-	0,50	0,90	0,90	5,00	1,80	2,00	1,40	1,60	1,50	-	1,40	0,40	0,50	2,30	1,50	5,20	-	5,20	-	38,30
TELEVENIDAS	-	-	-	165,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	165,60
	Total	57,90	12,80	168,00	61,50	46,30	55,40	49,20	89,60	60,50	30,30	71,20	50,00	50,50	97,20	41,40	79,80	38,00	52,40	63,40	52,80	65,90	45,50	90,90	72,20	1.443,10
24-07-2006 Segunda-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	1,50	-	-	-	1,40	0,70	-	-	2,00	-	0,80	-	1,70	-	-	-	-	-	-	1,40	10,20
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,10	0,30	-	-	0,85	5,76	5,59	4,22	3,25	10,60	0,40	6,19	12,52	-	5,63	5,68	12,09	-	5,52	6,72	5,90	7,95	5,89	5,89	116,05
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,40	-	-	-	0,55	1,54	2,01	2,38	1,75	1,80	-	0,91	0,98	0,16	2,37	0,82	1,71	-	0,88	0,08	1,80	2,85	1,21	1,41	26,61
	OUTROS	34,90	30,80	-	23,40	27,20	80,10	51,90	25,20	38,50	77,90	35,30	63,50	42,10	22,84	72,40	77,80	32,40	40,60	76,40	0,60	78,10	65,40	42,50	69,10	1.108,94
	PATROCINIO	0,20	0,10	-	-	-	-	-	-	0,10	-	-	0,10	0,50	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,60	0,20	0,10	0,10	0,10	0,10	2,90
	PROMOÇÃO PROGRAMA	5,20	3,20	-	0,20	1,80	0,70	1,00	2,20	3,90	0,40	1,30	3,90	1,90	1,90	3,20	4,20	0,50	1,50	2,20	1,10	1,00	1,60	2,00	43,00	
TELEVENIDAS	-	-	-	135,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	135,60
	Total	46,80	34,40	159,00	30,30	89,20	60,20	32,80	47,10	95,00	36,10	72,00	62,00	23,20	83,30	87,70	52,30	41,10	84,90	9,80	87,00	77,20	52,70	79,20	1.443,30	
25-07-2006 Terça-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	3,10	-	-	-	1,50	-	0,10	-	1,00	0,90	-	-	2,00	-	-	0,10	1,60	-	-	-	0,60	0,10	1,50	3,60	16,10
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	6,45	-	-	-	1,75	5,73	3,66	5,30	3,92	13,24	0,40	6,12	12,17	-	14,06	5,84	6,02	-	6,00	5,81	6,59	8,36	6,67	11,57	129,66
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,25	-	-	-	0,55	0,67	4,14	-	1,58	3,36	-	0,08	1,73	1,64	2,36	0,08	0,08	-	1,00	1,79	3,31	2,84	1,23	1,43	29,61
	OUTROS	34,80	-	-	23,10	26,60	52,90	77,50	31,20	44,60	70,70	31,80	64,70	43,60	69,63	40,90	55,80	35,10	44,60	78,50	5,20	60,10	84,50	41,70	52,10	1.069,63
	PATROCINIO	0,20	-	-	-	-	-	-	-	0,10	-	-	0,10	0,50	0,20	0,40	0,10	0,20	0,20	0,30	0,50	0,10	-	-	-	2,70
	PROMOÇÃO PROGRAMA	5,30	-	-	1,30	-	0,90	2,00	2,00	2,50	0,40	1,30	1,90	0,90	1,80	0,70	2,90	0,60	1,90	1,40	0,20	0,40	0,60	1,20	30,20	
TELEVENIDAS	-	-	-	165,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	165,60
	Total	50,10	-	190,00	30,40	60,20	87,40	36,50	53,10	90,80	32,60	72,30	61,90	72,30	58,80	64,90	45,90	45,20	87,70	14,70	70,90	96,20	51,70	69,90	1.443,50	
26-07-2006 Quarta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	1,50	-	-	0,90	2,20	0,90	-	2,60	-	0,10											

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Julho de 2006		Unidades de Hora																						Minutos		
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos
	PATROCÍNIO	0,80	0,10	0,30	0,30	-	-	0,40	0,60	0,40	1,10	1,00	0,50	1,40	0,40	0,60	0,60	-	0,10	0,60	0,30	0,50	0,70	1,00	0,10	11,80
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,40	-	1,40	1,70	1,10	-	1,80	2,10	0,80	2,20	1,70	1,40	3,70	2,80	2,30	3,10	-	2,40	1,90	1,30	2,20	2,60	3,70	0,10	43,70
	TELEVENDAS	-	-	-	45,20	15,30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60,50
	Total	46,00	36,80	96,70	55,80	37,90	86,50	60,00	57,70	37,30	64,70	52,00	70,30	74,40	56,70	62,20	58,10	68,70	30,70	64,40	78,80	67,00	58,10	49,10	73,50	1.443,40
30-07-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	1,50	1,50	1,50	-	-	-	-	-	-	-	-	2,40	0,80	-	-	-	0,30	-	-	8,00
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	6,19	-	-	-	-	0,08	0,78	1,88	1,70	12,65	1,76	5,78	1,12	14,53	-	15,41	5,87	-	5,90	6,31	6,56	13,04	-	6,04	105,60
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,41	1,34	0,08	-	-	0,42	0,92	0,42	3,00	2,05	0,84	2,02	1,08	1,67	0,85	3,19	0,33	-	-	-	0,79	3,14	4,96	-	1,76
	OUTROS	33,10	33,46	-0,08	-	3,00	91,50	56,00	46,90	78,80	29,70	61,20	55,30	62,30	4	4	4	4	00	44,50	67,00	37,00	57,00	61,80	43,80	68,00
	PATROCÍNIO	1,10	0,20	-	-	-	0,40	0,40	0,40	0,40	-	0,80	1,60	0,90	2º: dur. 1,4'	40	40	40	40	0,20	0,30	0,30	-	0,20	0,10	8,70
	PROMOÇÃO PROGRAMA	4,70	1,00	-	-	-	1,60	1,70	0,40	1,60	1,20	-	1,40	1,40	2º: dur. 0,6'	20	20	20	0,50	1,00	1,20	0,60	2,00	-	1,80	28,70
	TELEVENDAS	-	-	-	157,70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4º: início: 18:08; dur. 7'	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	157,70
	Total	45,50	36,00	-	157,70	3,00	95,50	61,30	51,50	85,50	45,60	64,60	66,80	61,70	57,40	55,10	55,60	45,00	74,10	45,60	67,60	82,10	44,00	77,70	1.443,60	
31-07-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,30	-	0,30	-	-	1,40	-	-	1,00	0,80	-	2,40	-	-	0,80	-	1,40	-	-	-	1,50	0,70	-	4,20	14,80
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	2,84	3,60	-	-	-	5,25	3,52	2,45	3,97	13,82	0,40	10,86	-	5,04	6,02	4,20	10,98	-	5,65	5,71	-	15,53	5,79	5,41	110,26
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,16	-	-	-	-	1,25	2,68	1,75	1,83	1,78	-	4,24	0,08	0,66	1,98	1,00	4,12	-	0,25	2,79	1,16	4,45	0,41	1,49	33,08
	OUTROS	33,10	44,70	80,80	-	25,50	52,60	53,60	57,70	36,10	73,50	42,00	65,00	45,42	71,50	50,20	54,70	24,70	45,40	78,70	17,70	4	80	47,30	1.178,76	
	PATROCÍNIO	0,10	0,20	0,50	-	-	-	-	0,10	-	0,10	-	0,20	0,10	0,10	0,40	-	0,30	-	0,40	0,50	0,50	-	0,20	0,20	3,50
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,60	1,20	-	-	-	-	-	1,30	0,50	1,80	0,30	2,30	-	1,90	1,20	0,40	3,10	0,50	1,90	2,50	2,50	70	2,30	27,60	
	TELEVENDAS	-	-	-	-	75,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75,60
	Total	38,10	49,70	81,60	-	101,10	60,50	59,80	63,30	43,40	91,00	42,70	85,00	45,60	79,20	60,60	60,30	44,60	45,90	86,90	29,20	92,70	52,70	68,80	60,90	1.443,60

Situações de blocos de espaço publicitário que ultrapassam seis minutos em cada unidade de hora
 Situações de blocos de espaço publicitário que ultrapassam doze minutos em cada unidade de hora

Notas:
Fonte: Telereport (base de dados de programa da Mediamonitor)
Colunas: Data: Data de emissão
 Descrição: Tipos de programas agregados pelas seguintes classes:
 Auto promoção Estação, Patrocínio, Promoção Programa e Televendas - Tipologia Telereport
 Espaço comercial (Não institucional) - Apurado por diferença entre tipologia de "Espaço Comercial" do Telereport e a rubrica seguinte
 Espaço comercial (Institucional) - Apurado por cross-matching entre Telereport e base dados de publicidade institucional (Gmedia)
 Outros - Outros programas (residual). Os eventuais valores negativos (materiais) apresentados nesta classe resultam do processo de cross matching entre Telereport e Gmedia
 Unidades de Hora: Unidades de hora com início na hora de abertura da emissão (02:30)
Comentários "Call outs": Com o objectivo de destacar as situações mais significativas, em cada mês são apresentados comentários "call outs" para os cinco maiores valores de duração de publicidade por unidade de hora
 Nestes call outs, de forma sintética, é apresentada a seguinte informação: (i) Nº de blocos publicitários transmitidos, hora de início e sua duração, (ii) Identificação do(s) programa(s) interrompidos ou intercalados

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

		Unidades de Hora																				Minutos					
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29		
01-06-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Quinta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	4,92	3,74	-	-	1,97	5,40	4,94	6,19	6,06	7,90	6,74	6,19	12,58	-	-	0,30	1,70	-	-	0,30	0,30	-	-	0,30	3,50	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	2,08	0,16	-	-	0,63	1,50	2,66	1,71	1,04	1,70	0,96	0,71	2,72	0,25	2,84	2,61	1,25	0,42	1,08	2,39	1,58	3,69	1,49	0,74	34,21	
	OUTROS	20,00	68,50	-	24,70	55,00	24,10	51,00	55,20	43,50	79,40	20,50	67,60	42,30	21,55	96,00	43,30	44,60	34,78	62,20	27,30	88,60	40,70	28,50	78,20	1.117,53	
	PATROCÍNIO	0,10	0,50	-	-	-	0,40	0,40	0,10	0,50	0,20	0,30	0,10	1,20	0,30	0,40	0,60	0,40	0,50	-	0,80	0,90	0,10	0,10	0,90	8,80	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,90	1,80	-	-	-	1,60	1,40	2,00	2,50	2,30	2,20	1,10	3,50	-	1,30	3,30	1,10	0,50	1,10	2,10	1,60	1,00	2,00	2,20	35,50	
TELEVENDAS	-	-	-	112,90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	112,90	
	Total	28,00	74,70	-	137,60	57,60	33,00	60,40	65,20	53,60	91,50	30,70	76,00	62,30	22,10	106,80	62,60	55,80	36,20	71,10	39,40	99,90	53,90	38,20	88,30	1.444,90	
02-06-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Sexta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	9,29	-	-	-	2,70	4,92	5,30	6,58	7,28	7,17	5,90	12,37	-	-	0,30	0,40	0,40	-	0,30	0,30	0,20	-	-	0,30	3,20	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,51	0,16	-	-	1,68	2,70	2,79	1,32	2,92	1,23	3,60	3,83	0,25	3,18	2,60	1,50	0,42	0,75	2,25	0,99	3,26	1,18	1,86	38,98		
	OUTROS	47,20	50,24	-	23,80	56,80	22,20	51,50	51,30	61,30	59,60	23,70	63,00	45,50	20,35	68,20	65,50	40,70	36,58	60,20	27,50	63,20	67,30	30,80	76,40	1.112,87	
	PATROCÍNIO	0,40	0,20	-	-	-	0,70	0,20	0,40	0,30	0,30	0,30	0,40	2,00	0,30	0,30	1,10	0,70	0,50	0,60	1,00	0,60	0,30	0,20	0,60	11,40	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,40	0,60	-	-	-	1,60	1,40	1,70	1,10	2,90	1,40	1,10	4,80	-	1,30	4,30	2,30	1,20	1,70	2,30	2,10	2,00	1,60	3,20	41,00	
TELEVENDAS	-	-	-	105,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105,50	
	Total	59,80	51,20	-	129,30	59,50	31,10	61,30	61,80	70,80	73,30	33,80	74,00	68,50	20,90	79,90	87,60	52,70	38,70	69,60	40,00	73,10	79,20	40,50	88,30	1.444,90	
03-06-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Sábado	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	1,80	0,30	0,30	0,30	-	1,20	2,60	-	1,20	0,30	-	-	1,50	-	1,20	0,30	0,30	-	-	0,30	-	0,20	1,20	0,30	13,30	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	6,78	3,10	0,70	-	-	-	5,10	-	4,15	9,75	0,13	6,10	13,18	-	6,79	6,74	7,30	11,20	-	7,00	6,66	7,01	5,96	5,96	113,61	
	OUTROS	47,10	31,60	36,20	-	26,00	87,65	52,90	30,60	79,60	30,50	39,50	61,40	41,00	44,03	46,80	45,30	54,40	49,70	53,80	35,00	46,10	82,10	52,20	61,50	1.134,98	
	PATROCÍNIO	0,60	0,20	-	-	-	0,10	0,10	-	0,30	0,90	0,40	0,80	0,90	0,20	0,70	0,20	0,50	-	-	0,60	0,30	0,10	0,70	0,10	7,70	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,30	1,10	0,40	0,40	0,30	1,50	1,20	-	2,40	5,30	0,30	1,80	6,70	1,80	1,60	2,40	2,40	1,20	-	2,60	1,00	0,90	1,10	1,80	41,50	
TELEVENDAS	-	-	-	105,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105,50	
	Total	60,00	36,30	37,60	106,20	26,30	91,70	61,90	30,60	89,50	50,70	40,50	71,60	66,50	46,20	58,80	57,10	64,90	63,10	53,80	45,50	55,30	94,50	63,60	71,40	1.443,60	
04-06-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Domingo	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	6,30	3,00	-	-	0,30	1,25	-	-	6,68	5,93	0,36	6,15	6,80	6,90	12,68	-	11,73	-	-	7,15	5,97	6,70	6,95	6,99	5,98	107,82
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	-	1,25	-	-	2,62	2,17	0,34	2,25	1,00	2,20	1,62	0,08	1,17	0,08	2,75	0,33	0,50	2,55	2,81	2,22	25,94	
	OUTROS	21,50	47,20	-	4,80	60,00	67,40	35,50	-	139,40	37,00	41,40	57,80	49,00	43,00	70,90	58,82	42,10	36,72	57,90	72,20	24,50	67,10	48,00	58,60	1.140,84	
	PATROCÍNIO	-	-	-	-	-	0,10	-	-	0,10	0,30	0,40	0,10	0,40	0,70	-	0,30	0,10	0,10	-	0,10	0,50	1,00	1,00	0,20	5,40	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	-	-	-	-	1,00	-	-	2,80	3,50	0,30	2,00	1,20	1,10	0,40	0,60	1,70	0,50	1,30	1,20	0,90	1,80	0,90	0,40	21,60	
TELEVENDAS	-	-	-	135,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	135,50	
	Total	27,80	50,20	-	140,30	60,30	71,00	35,50	-	152,80	50,30	42,80	68,30	58,70	54,20	86,00	59,80	56,80	37,40	69,10	79,80	33,10	79,40	60,00	70,00	1.443,60	
05-06-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Segunda-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	0,20	2,60	-	2,60	-	1,40	1,50	-	0,20	0,30	-	0,30	2,60	-	-	1,70	-	-	-	-	-	-	-	-	15,30	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	4,50	2,60	-	-	2,20	5,41	3,90	3,20	5,19	7,67	6,14	6,08	12,46	-	6,34	14,50	6,70	5,30	7,88	-	7,57	9,47	5,74	11,68	134,53	
	OUTROS	19,40	75,40	-	22,30	57,50	21,00	79,50	28,50	45,10	78,50	20,20	66,90	44,90	0,17	3,06	1,50	0,50	2,50	1,22	0,08	1,83	2,13	1,16	0,92	28,92	
	PATROCÍNIO	0,50	1,00	-	-	-	0,20	0,50	0,70	0,10	0,40	0,20	0,70	1,10	-	-	-	0,70	0,90	1,20	0,60	1,10	0,70	0,20	-	12,90	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,30	2,40	-	-	-	1,00	1,80	1,50	2,70	1,30	2,60	2,10	4,30	-	-	-	2,50	1,80	0,90	-	1,80	0,40	-	-	32,90	
TELEVENDAS	-	-	-	105,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105,50	
	Total	25,90	84,00	-	130,40	59,70	31,50	89,30	35,20	54,50	90,10	31,20	77,00	67,20	54,20	86,00	59,80	56,80	37,40	69,10	79,80	33,10	79,40	60,00	70,00	1.443,60	
06-06-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Terça-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,92	-	-	-	1,70	5,59	8,17	0,02	3,46	11,44	0,32	5,55	12,54	-	-	0,30	-	-	-	-	-	-	-	-	1,60	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	-	-	-	1,21	3,83	0,08	1,24	3,66	0,08	1,55	1,09	0,17	3,33	3,17	6,27	0,33	0,58	1,09	2,05	0,55	3,39	1,42	0,85	29,75	
	OUTROS	30,60	-	-	23,80	57,90	22,60	74,80	31,40	62,60	56,50	30,70	64,90	44,50	0,17	3,06	1,50	0,50	2,50	1,22	0,08	1,83	2,13	1,16	0,92	28,92	
	PATROCÍNIO	-	-	-	-	-	0,50	0,90	0,60	0,50	1,20	0,10	0,70	1,40	-	-	-	0,80	0,70	1,20	0,80	0,80	0,90	0,20	0,30	13,40	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,20	-	-	-	0,70	2,30	0,70	2,30	3,80	0,40	0,70	1,90	3,20	-	-	-	1,90	0,50	1,80	0,40	1,10	-	-	-	25,30	
TELEVENDAS	-	-	-	180,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,50	
	Total	35,80	-	-	204,30	59,60	30,90	90,00	32,80	70,10	76,60	31,60	74,60	62,70	54,20	86,00	59,80	56,80	37,40	69,10	79,80	33,10	79,40	60,00	70,00	1.443,60	
07-06-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Quarta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,02	3,12	-	-	4,10	4,75	8,43	0,12	4,57	4,34	6,49	6,45	11,47	-	-	5,63	12,96	7,02	-	12,49	-	6,02	0,50	15,93	5,97	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)</																										

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Junho de 2006		Unidades de Hora																						Minutos		
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	
	PATROCÍNIO	0,20	0,50	-	-	0,50	0,40	0,60	0,80	0,50	0,20	-	0,40	1,50	0,40	0,60	0,90	1,60	0,20	0,40	0,20	0,70	0,30	0,20	1,30	12,40
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,30	1,60	-	-	0,50	0,90	1,20	3,00	0,80	3,00	-	1,00	4,40	-	2,70	2,50	6,00	0,50	0,90	2,00	1,70	2,10	2,10	1,60	39,80
	Total	30,90	38,80	75,60	93,40	61,50	41,90	57,90	32,70	98,00	37,10	70,00	65,90	62,80	20,70	87,40	59,10	72,60	45,80	71,50	45,60	63,80	58,50	61,10	90,60	1.443,20
11-06-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,20	-	-	0,30	-	-	-	-	-	-	-	1,20	-	0,50	1,40	4,60
Domingo	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	10,40	-	-	-	-	0,60	0,90	0,68	0,71	7,74	6,32	1,28	6,04	6,11	5,15	13,05	5,72	5,52	0,30	6,03	5,93	6,11	6,36	10,27	105,22
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	-	-	-	0,42	3,49	2,76	1,68	0,92	0,86	1,59	1,25	1,05	0,28	1,08	-	0,17	0,97	2,49	1,84	0,53	21,38
	OUTROS	37,00	54,30	56,60	73,50	4,40	103,00	54,80	46,60	77,40	39,00	51,60	51,40	44,50	44,50	74,10	33,60	49,90	60,50	51,60	33,10	53,80	49,00	46,80	80,30	1.271,30
	PATROCÍNIO	1,00	0,60	-	-	-	-	-	0,40	0,90	1,20	1,60	1,10	0,30	0,50	1,20	0,50	0,60	1,30	-	1,30	0,40	0,50	0,70	0,30	14,40
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,40	1,20	0,80	-	-	-	-	0,70	2,80	0,30	-	0,40	1,40	0,40	2,00	2,00	0,90	2,30	-	2,80	1,80	1,90	1,00	0,70	26,80
	Total	51,80	56,10	57,40	73,50	4,40	103,60	55,70	48,80	85,30	52,20	61,20	55,10	53,40	53,10	83,70	50,20	57,40	70,70	51,90	43,40	64,10	60,00	57,20	93,50	1.443,70
12-06-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	1,20	-	-	-	1,50	0,30	-	-	-	-	-	1,50	-	-	1,50	-	-	-	1,50	-	-	-	7,50
Segunda-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,00	-	-	-	0,72	5,53	3,80	2,77	3,39	12,46	-	5,79	11,50	-	14,80	0,50	11,75	-	12,39	-	6,09	-	7,26	-	101,75
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	0,88	0,33	-	0,58	0,17	1,70	0,83	0,81	1,54	-	1,11	1,10	1,52	-	-	1,05	0,25	0,61	-	0,61	-	1,94	-	15,03
	OUTROS	37,10	74,72	23,07	95,30	53,80	26,90	80,50	27,30	51,50	68,60	32,70	63,10	41,70	71,38	38,90	70,40	36,10	66,15	31,50	-	120,30	-	81,60	91,90	1.284,52
	PATROCÍNIO	0,10	1,00	-	-	-	0,70	0,20	0,20	0,30	1,00	-	0,70	0,60	-	0,60	-	0,80	-	1,10	-	-	-	0,60	0,70	8,60
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,60	1,10	1,00	-	2,20	1,20	1,80	2,40	4,00	0,30	1,20	2,40	2,40	-	1,80	-	2,10	0,50	2,00	-	-	-	0,90	-	26,50
	Total	41,80	77,70	25,60	95,30	55,10	35,50	88,90	33,20	58,40	87,60	33,00	71,90	57,30	74,40	56,10	70,90	53,30	66,90	47,60	-	128,50	-	92,30	92,60	1.443,90
13-06-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	1,20	1,50	1,80	-	-	-	1,20	0,50	-	-	-	-	-	-	-	-	1,20	-	-	-	1,20	0,50	-	-	10,30
Terça-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,69	10,54	3,80	-	2,00	3,50	3,62	2,01	6,56	-	6,24	5,42	10,34	-	10,07	-	9,09	-	4,59	6,06	5,45	5,89	8,65	6,05	115,48
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,41	0,16	-	-	0,70	2,08	1,29	2,04	1,58	-	0,16	0,28	1,16	-	1,93	1,20	0,30	-	0,41	0,94	1,05	2,31	1,65	0,65	20,30
	OUTROS	10,90	82,70	37,80	78,40	58,20	24,60	51,90	57,40	74,00	53,32	27,90	63,90	62,90	-	95,90	63,10	31,70	47,20	82,60	18,40	43,70	55,10	63,70	66,90	1.252,22
	PATROCÍNIO	0,10	1,00	0,30	-	-	0,50	0,50	0,10	1,20	0,30	0,30	0,50	0,80	-	1,70	0,30	0,90	0,10	0,80	0,30	1,90	0,30	1,30	0,90	14,10
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,30	2,60	0,60	-	1,00	1,20	0,60	3,10	0,80	0,90	1,00	2,30	-	4,00	1,50	2,00	2,00	0,50	1,20	0,70	1,70	1,80	2,10	1,30	32,20
	Total	19,60	98,50	44,30	78,40	60,20	30,30	60,50	61,90	86,90	56,00	35,50	71,10	77,50	-	113,60	66,10	45,10	47,80	89,60	27,60	55,00	65,90	77,40	75,80	1.444,60
14-06-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	0,30	-	0,30	-	-	1,20	1,50	0,10	-	-	0,30	-	-	-	-	0,30	-	0,60	-	4,60
Quarta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,97	3,10	-	0,04	2,40	1,98	4,22	2,44	4,21	11,99	0,24	5,19	11,67	3,86	6,53	-	10,50	-	11,48	-	7,30	5,88	12,07	4,42	115,49
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,33	-	-	0,16	0,52	2,28	1,16	1,19	2,31	0,16	0,61	0,63	2,34	0,67	1,27	-	0,08	1,72	0,50	-	1,42	1,73	0,08	-	19,16
	OUTROS	48,50	29,40	-	144,90	27,90	56,70	52,30	57,30	33,60	90,30	27,60	69,00	42,10	68,50	46,90	54,93	36,70	44,82	64,30	68,70	0,20	69,90	64,00	62,10	1.260,65
	PATROCÍNIO	1,10	0,50	-	1,20	-	0,70	0,60	0,60	0,70	0,30	0,50	0,50	1,20	1,10	0,50	1,20	0,10	0,90	1,20	0,30	0,10	1,10	0,70	-	15,10
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,20	1,20	-	2,00	-	0,60	0,70	0,60	1,50	1,10	1,10	0,30	0,90	1,80	1,70	0,30	2,60	0,50	0,70	-	1,60	1,90	4,20	1,70	29,20
	Total	58,10	34,20	-	148,30	30,30	60,10	60,20	62,40	41,10	106,40	30,60	77,10	55,90	77,70	56,90	57,30	51,00	45,50	79,40	70,40	9,40	79,20	83,70	69,00	1.444,20
15-06-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	1,10	-	-	-	-	0,30	1,20	1,20	-	-	0,30	0,30	-	-	-	-	-	-	-	-	0,30	0,60	-	-	5,30
Quinta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	2,21	-	-	-	2,50	5,72	3,21	3,12	2,07	5,42	3,50	4,42	7,30	-	2,95	3,29	8,70	-	6,07	5,06	5,39	7,51	5,97	5,82	90,23
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,49	0,41	0,08	-	-	0,78	2,79	0,58	0,63	1,88	1,00	0,28	5,10	-	1,85	1,91	1,50	0,08	0,33	1,74	1,61	1,69	0,83	0,38	25,94
	OUTROS	25,40	36,99	-0,08	169,20	56,70	24,50	79,40	32,20	51,20	50,60	52,90	65,10	62,20	-	109,80	27,60	62,20	43,62	64,70	29,00	51,30	54,40	48,10	87,50	1.284,53
	PATROCÍNIO	0,60	0,10	-	-	-	0,10	0,60	0,10	0,10	0,90	0,70	0,50	0,70	-	0,80	0,30	1,30	0,10	0,70	0,70	1,20	0,50	0,20	0,80	11,00
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,40	-	-	1,20	-	0,40	0,90	0,40	0,30	1,40	1,60	1,10	2,50	-	1,40	2,10	1,40	0,50	0,70	1,20	1,20	2,30	1,90	1,20	26,10
	Total	32,20	37,50	-	170,40	59,20	31,80	88,10	37,60	54,30	60,20	60,00	71,70	77,80	-	116,80	35,20	75,10	44,30	72,50	37,70	61,00	67,00	57,00	95,70	1.443,10
16-06-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	1,80	-	-	-	-	-	0,30	-	-	1,20	-	0,30	1,20	-	1,20	-	-	-	-	-	0,30	1,20	-	1,50	10,60
Sexta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,11	2,72	-	-	1,48	2,47	3,28	2,16	3,91	11,93	0,32	4,07	4,90	8,10	12,07	4,89	6,32	-	5,42	5,41	6,81	6,01	5,80	6,32	107,50
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,69	0,78	0,08	-	0,52	0,33	2,52	1,24	1,19	2,17	0,08	1,03	0,80	0,30	1,03	2,01	0,08	0,08	0,28	1,19	1,19	2,49	1,70	0,58	22,36
	OUTROS	43,60	33,70	58,92	90,70	56,00	28,60	55,00	57,70	35,40	73,20	39,80	68,90	62,00	30,10	65,10	51,00	38,40	43,32	65,70	29,10	59,70	49,70	43,00	84,80	1.263,44
	PATROCÍNIO	0,20	0,80	0,10	-	-	0,30	-	0,90	0,60	2,30	0,10	0,80	0,50	0,20	1,30	1,10	0,80	0,10	0,80	0,60	1,40	0,10	0,20	1,10	14,30
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,30	2,20	-	0,60	-	0,70	-	1,20	2,80	0,40	1,20	2,80	0,40	1,10	0,20	2,40	2,20	1,50	0,50	1,50	0,80	0,90	1,60	1,70	25,50
	Total	49,70	40,20	59,10	91,30	58,00	32,40	61,10	63,20	42,30	93,60	40,70	76,30	70,50	38,90	83,10	61,20	47,10	44,00	73,70	37,10	71,10	59,20	53,90	96,00	1.443,70
17-06-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	1,60	-	-	-	-	-	1,20	0,30	1,60	0															

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Junho de 2006		Unidades de Hora																				Minutos				
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	
21-06-2006	Total	-	71,30	70,50	98,40	59,60	30,90	88,60	32,90	48,00	96,00	35,70	76,30	59,80	18,40	115,80	60,60	46,70	43,80	89,70	7,50	70,90	64,10	85,20	73,70	1.444,40
Quarta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,30	-	-	-	-	0,30	1,50	-	1,20	1,20	-	0,30	-	1,20	0,30	0,30	-	-	-	-	-	2,80	2,40	1,80	13,60
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	8,97	-	-	-	0,25	3,92	0,26	2,71	6,22	5,19	0,40	6,05	6,00	5,16	4,28	1,65	13,40	-	12,02	-	6,00	14,22	6,28	3,13	105,21
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,33	-	-	-	1,45	0,08	1,84	0,99	2,48	0,91	-	0,75	0,80	0,64	2,72	3,25	1,00	0,08	2,58	0,58	-	3,88	1,42	0,47	26,25
	OUTROS	37,90	62,80	-	22,70	56,50	26,50	84,40	27,80	76,20	38,30	41,30	72,20	20,80	50,70	45,80	88,80	28,70	52,42	69,00	60,02	0,20	85,60	45,50	58,70	1.152,84
	PATROCÍNIO	1,30	0,10	-	-	-	0,60	0,10	0,70	0,20	1,00	0,10	0,50	0,20	0,70	0,80	0,90	0,40	0,10	1,20	0,70	0,50	-	1,50	0,50	12,10
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,20	-	-	0,30	-	0,90	1,70	0,60	1,60	1,90	0,40	1,50	2,30	1,50	0,90	1,60	2,20	0,50	2,60	-	2,50	1,20	2,70	1,30	29,40
TELEVENIDAS	-	-	-	105,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105,50
22-06-2006	Total	49,10	62,90	-	128,50	58,20	32,30	89,80	32,80	87,90	48,50	42,20	81,30	30,10	59,90	54,80	96,50	45,70	53,10	87,40	61,30	9,20	107,70	59,80	65,90	1.444,90
Quinta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,40	-	-	-	-	0,30	-	0,30	-	-	-	0,30	1,20	-	0,30	-	1,50	0,30	-	-	1,20	1,60	-	0,40	7,80
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	2,67	-	-	-	1,30	3,85	1,03	2,69	2,63	5,37	5,46	6,07	11,44	-	5,64	5,53	14,14	6,03	5,59	-	6,02	7,32	6,26	9,89	108,93
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,33	-	-	-	1,05	1,47	0,91	1,27	1,43	0,74	1,03	1,46	0,17	2,26	2,27	1,76	0,17	2,91	0,08	0,28	1,78	1,64	1,21	24,22	
	OUTROS	25,10	37,20	-	22,40	29,00	54,40	56,90	57,70	79,00	50,50	24,20	62,30	42,90	20,53	69,90	80,90	30,90	63,80	40,80	58,22	35,60	40,20	66,00	67,50	1.115,95
	PATROCÍNIO	0,50	-	-	-	-	0,50	0,10	0,90	0,20	0,50	0,50	0,50	0,20	0,80	0,60	1,30	0,60	1,00	0,60	-	0,20	0,10	1,60	1,60	10,70
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,10	-	-	-	0,60	1,10	0,60	2,90	1,30	1,40	1,10	3,00	-	0,80	2,50	0,80	1,60	1,10	1,10	-	1,50	0,50	1,50	3,10	26,50
TELEVENIDAS	-	-	-	150,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150,50
23-06-2006	Total	30,10	37,20	-	172,90	30,30	60,20	61,00	62,30	86,70	58,80	32,30	71,30	60,50	20,90	79,70	91,80	50,40	72,50	51,40	58,90	44,60	51,60	75,50	83,70	1.444,60
Sexta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	0,30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,40	-	0,40	1,90	3,00
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	1,85	-	-	-	0,90	2,89	2,16	2,82	4,47	11,46	0,32	5,65	11,58	-	5,75	3,66	13,12	-	6,13	7,62	9,57	2,50	6,60	6,19	104,15
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,55	-	-	-	1,61	2,14	0,58	0,93	2,34	0,08	0,45	2,02	0,17	1,75	2,54	1,68	0,08	0,17	2,78	3,03	-	1,10	0,70	25,70	
	OUTROS	52,50	-	114,00	23,80	29,40	54,20	54,30	57,60	41,90	67,00	41,90	65,50	39,40	77,23	49,20	47,00	32,70	45,52	68,90	34,70	70,70	0,10	77,70	82,90	1.228,15
	PATROCÍNIO	0,60	-	-	-	-	0,50	0,50	0,60	0,20	0,90	0,10	0,50	0,30	0,20	0,80	0,90	0,30	0,10	0,50	0,70	0,50	-	0,50	-	8,70
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,30	-	-	-	-	0,90	0,90	1,10	2,40	4,00	0,30	1,40	4,60	1,10	2,30	1,30	3,10	0,50	1,40	1,00	1,70	-	0,50	-	28,80
TELEVENIDAS	-	-	-	45,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45,50
24-06-2006	Total	56,80	-	114,00	69,30	30,30	60,40	60,00	62,70	49,90	85,70	42,70	73,50	57,90	78,70	59,80	55,40	49,90	46,20	77,10	46,80	85,90	2,60	86,80	91,60	1.444,00
Sábado	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	2,40	-	-	-	-	-	-	2,40	0,30	-	-	-	1,20	1,20	-	1,20	2,40	-	-	-	1,20	-	1,20	-	14,70
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	9,90	-	-	-	0,40	-	1,30	2,25	0,22	2,60	-	6,06	4,50	13,85	-	6,90	10,25	0,30	5,80	5,90	5,99	6,04	5,98	11,87	99,11
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	0,63	-	-	-	-	-	0,75	0,38	3,50	0,50	1,04	1,90	2,15	1,34	-	2,55	0,50	-	1,40	2,61	1,66	1,22	0,43	22,56
	OUTROS	29,50	-0,63	114,00	22,30	36,20	62,90	57,40	73,90	31,50	60,20	44,60	70,70	53,00	43,10	58,76	0,30	78,60	72,20	38,80	30,40	57,10	82,70	45,90	50,00	1.213,43
	PATROCÍNIO	1,60	-	0,10	-	-	-	-	0,60	0,30	0,60	0,60	0,70	0,30	0,90	-	0,20	1,10	0,10	0,50	0,70	0,60	0,20	0,90	0,50	9,90
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,80	-	0,50	-	0,50	-	0,50	1,20	2,10	1,50	0,30	2,00	2,00	1,60	0,20	0,80	2,90	1,00	0,80	0,20	0,50	0,50	1,90	0,90	23,70
TELEVENIDAS	-	-	-	60,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60,50
25-06-2006	Total	45,20	-	114,60	22,30	97,60	62,90	59,20	78,10	37,20	68,40	46,00	80,50	62,90	61,80	60,30	9,40	97,80	74,10	45,90	39,80	66,80	92,30	55,90	64,90	1.443,90
Domingo	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	0,90	-	-	-	-	-	1,20	1,20	-	2,20	-	1,20	0,30	-	0,30	1,20	0,30	-	-	-	-	0,70	2,90	12,40
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	3,10	-	-	-	0,20	0,20	0,60	1,30	-	3,71	5,16	6,05	6,09	5,49	6,15	11,27	5,35	0,38	-	11,05	-	6,09	5,87	10,42
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,30	-	-	-	-	-	-	1,30	-	-	0,99	1,04	2,25	0,91	5,11	1,55	3,93	0,75	0,42	2,35	-	0,71	1,33	1,58	24,52
	OUTROS	29,60	59,90	40,50	-	4,00	106,80	53,30	46,00	49,20	-	109,80	68,90	55,60	43,70	41,30	36,00	68,70	59,70	56,80	47,10	31,90	38,50	78,90	58,50	1.184,70
	PATROCÍNIO	-	0,50	-	-	-	0,50	-	-	-	-	0,70	0,70	0,40	0,60	0,80	0,10	0,90	0,50	0,20	0,80	0,60	0,20	1,00	0,20	8,70
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	1,40	-	-	-	0,70	0,50	1,10	0,80	-	2,90	0,80	-	1,20	1,60	1,00	2,90	1,10	0,50	0,80	-	0,90	1,00	0,80	20,00
TELEVENIDAS	-	-	-	105,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105,60
26-06-2006	Total	29,90	65,80	40,50	-	109,60	108,20	54,00	48,90	53,80	-	120,30	76,60	65,50	52,80	54,30	45,10	88,90	67,70	58,30	62,10	32,50	46,40	88,80	74,40	1.444,40
Segunda-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	1,90	2,20	-	1,20	1,50	-	-	-	-	-	0,30	1,20	-	-	-	-	2,70	0,30	1,20	-	1,90	1,90	1,20	0,70	18,20
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	2,21	-	-	-	4,08	0,62	2,52	2,51	11,31	0,22	5,40	11,95	-	5,55	11,90	5,33	5,93	6,45	-	7,60	5,97	6,60	6,22	102,37	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,79	0,08	-	-	0,72	1,98	0,38	1,19	1,19	0,08	0,50	1,05	0,17	0,75	2,30	0,17	2,05	0,92	-	0,53	0,30	1,48	1,48	16,80	
	OUTROS	54,40	15,72	-	24,20	56,20	27,00	56,60	57,60	29,80	90,40	36,80	66,50	44,90	17,93	75,40	76,80	33,60	68,30	46,70	57,38	0,20	72,50	83,80	53,60	1.146,33
	PATROCÍNIO	0,20	0,80	-	0,10	-	0,30	0,10	0,30	1,00	0,10	0,50	0,30	0,20	0,90	0,30	0,80	0,60	0,20	0,50						

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Junho de 2006

Data	Descrição (*)	Unidades de Hora																						Minutos		
		2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29		0:30-1:29	1:30-2:29
	OUTROS	5,60	66,40	87,80	24,00	58,70	24,20	80,30	26,70	32,50	82,50	34,00	64,20	45,20	17,12	79,70	65,00	31,40	48,43	64,50	62,62	24,20	47,50	78,70	53,60	1.205,70
	PATROCINIO	0,80	0,60	-	-	-	0,50	0,80	0,60	0,60	0,80	0,10	0,50	0,60	0,10	0,30	1,60	0,40	0,20	1,20	1,20	0,20	0,10	0,90	0,20	12,30
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,10	1,10	-	-	-	0,20	0,70	0,40	1,20	2,30	0,30	1,00	2,90	-	2,50	2,80	2,40	0,50	1,70	-	0,90	2,40	1,80	0,80	27,00
	TELEVENDAS	-	-	-	45,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45,60
	Total	13,60	69,50	87,80	69,60	59,80	30,90	89,70	33,70	40,20	102,50	34,80	73,00	62,60	17,30	90,80	86,80	41,50	49,30	83,60	64,40	32,40	60,10	88,80	61,90	1.444,60

Situações de blocos de espaço publicitário que ultrapassam seis minutos em cada unidade de hora
 Situações de blocos de espaço publicitário que ultrapassam doze minutos em cada unidade de hora

Notas:

Fonte: Telereport (base de dados de programa da Mediamonitor)

Colunas: Data: Data de emissão

Descrição: Tipos de programas agregados pelas seguintes classes:

Auto promoção Estação, Patrocínio, Promoção Programa e Televentas - Tipologia Telereport

Espaço comercial (Não institucional) - Apurado por diferença entre tipologia de "Espaço Comercial" do Telereport e a rubrica seguinte

Espaço comercial (Institucional) - Apurado por cross-matching entre Telereport e base dados de publicidade institucional (Gmedia)

Outros - Outros programas (residual). Os eventuais valores negativos (materiais) apresentados nesta classe resultam do processo de cross matching entre Telereport e Gmedia

Unidades de Hora: Unidades de hora com início na hora de abertura da emissão (02:30)

Comentários "Call outs": Com o objectivo de destacar as situações mais significativas, em cada mês são apresentados comentários "call outs" para os cinco maiores valores de duração de publicidade por unidade de hora

Nestes call outs, de forma sintética, é apresentada a seguinte informação: (i) Nº de blocos publicitários transmitidos, hora de início e sua duração, (ii) Identificação do(s) programa(s) interrompidos ou intercalados

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Maio de 2006		Unidades de Hora																								
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos
	Total	48,10	66,30	28,80	97,30	58,20	32,20	90,00	31,70	50,30	84,70	44,00	74,20	58,90	77,60	51,10	58,20	41,10	40,90	64,70	76,40	68,60	43,90	95,50	61,30	1.444,00
11-05-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,39	2,77	-	-	0,70	6,97	4,95	4,22	4,80	12,24	0,30	6,17	5,83	5,78	13,31	5,08	7,05	-	5,90	0,03	5,59	4,92	8,08	11,80	121,68
Quinta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,31	0,33	-	-	1,40	1,43	2,35	2,08	1,50	6,36	-	1,73	0,77	4,02	1,69	1,82	1,25	0,08	-	0,17	3,71	3,48	3,52	4,70	43,70
	OUTROS	46,70	33,80	-	23,60	54,00	24,20	79,10	24,70	47,50	64,40	34,30	61,60	56,30	58,60	30,50	63,40	32,10	45,82	58,00	66,30	60,00	50,70	0,10	86,20	1.101,92
	PATROCÍNIO	1,40	0,70	-	-	-	0,10	0,40	0,50	0,10	0,70	-	0,10	0,50	0,30	0,90	0,30	0,70	0,10	-	0,20	1,30	0,50	0,20	1,50	10,50
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,40	1,50	-	-	0,20	1,50	2,10	2,70	1,70	3,60	0,30	2,50	1,50	3,40	3,70	1,60	2,30	0,80	2,50	-	3,10	2,20	1,70	4,60	45,90
	TELEVENDAS	-	-	-	120,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120,50
	Total	57,20	39,10	-	144,10	56,30	34,20	88,90	34,20	55,60	87,30	34,90	72,10	64,90	72,10	49,90	72,20	43,40	46,80	66,40	66,70	73,70	61,80	13,60	108,80	1.444,20
12-05-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	4,58	2,20	-	-	-	7,39	4,77	4,42	3,42	10,29	0,40	5,74	11,65	-	11,29	6,35	5,60	-	5,99	5,68	5,47	6,42	7,62	5,86	115,14
Sexta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,92	-	-	-	1,98	0,71	3,13	1,88	1,08	2,61	0,66	3,15	0,17	3,21	2,55	6,08	0,50	0,08	0,91	1,02	3,33	6,08	2,58	1,24	37,79
	OUTROS	38,50	38,60	77,60	25,40	52,42	54,10	21,20	52,20	54,20	64,90	30,40	64,50	44,90	22,13	74,60	63,20	38,20	41,62	63,90	25,10	63,10	69,20	29,90	72,60	1.182,47
	PATROCÍNIO	1,40	0,60	0,10	-	0,80	0,30	0,80	0,70	0,70	0,60	-	0,50	0,70	0,30	1,10	0,90	0,90	0,10	0,80	0,90	0,70	0,50	0,60	0,30	13,60
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,30	1,40	-	-	0,20	2,50	0,90	2,40	3,80	5,50	1,00	2,40	4,00	-	4,40	1,90	3,00	1,10	1,60	2,40	0,10	3,20	1,30	2,40	48,80
	TELEVENDAS	-	-	-	45,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45,50
	Total	48,70	42,80	77,70	70,90	54,60	65,50	30,30	61,70	63,20	83,90	31,80	73,80	64,40	22,60	94,60	74,90	48,20	42,90	73,20	35,10	72,70	85,40	42,00	82,40	1.443,30
13-05-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	8,24	-	-	-	0,73	0,53	-	-	-	-	-	5,98	5,88	5,95	3,52	6,72	13,37	-	11,95	6,14	-	6,03	4,58	7,64	87,26
Sábado	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,66	-	-	-	0,57	0,57	-	-	-	-	-	2,52	2,22	2,55	3,38	2,88	0,83	0,08	0,55	2,96	0,17	3,37	4,12	0,16	27,59
	OUTROS	46,50	-	0,10	52,30	62,10	33,10	-	-	-	-	241,10	69,90	55,10	25,90	64,60	50,20	30,40	43,42	64,90	43,80	55,53	38,50	68,70	58,10	1.104,25
	PATROCÍNIO	0,90	-	-	0,20	-	-	-	-	-	-	-	0,20	0,70	0,80	0,40	0,30	1,20	0,10	0,90	0,20	0,20	0,60	1,00	0,40	8,10
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,10	-	-	0,20	-	-	-	-	-	-	-	0,80	3,80	1,80	6,20	3,00	4,60	0,50	3,50	2,00	-	0,90	3,60	0,80	34,80
	TELEVENDAS	-	-	-	180,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,50
	Total	59,40	-	77,70	180,60	54,00	63,20	33,10	-	241,10	79,40	67,70	73,80	64,40	22,60	94,60	74,90	48,20	42,90	73,20	35,10	72,70	85,40	42,00	82,40	1.443,30
14-05-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	1,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,50
Domingo	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	4,77	-	-	-	-	-	1,80	-	5,21	2,75	1,96	8,84	-	13,05	0,08	5,13	5,49	-	6,03	0,53	5,23	5,92	13,41	-	79,19
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,73	1,28	0,67	-	0,84	-	-	-	3,99	3,05	0,84	1,26	2,28	1,75	0,42	1,17	0,41	0,08	0,58	0,17	1,37	2,08	5,99	0,08	30,04
	OUTROS	47,10	41,02	-0,67	-	28,16	73,70	55,20	52,30	75,10	30,50	67,20	53,60	55,72	26,50	48,10	54,20	77,70	29,72	62,60	69,30	58,70	0,10	88,60	59,72	1.154,17
	PATROCÍNIO	1,20	-	-	-	0,40	-	-	-	0,40	0,80	0,80	1,60	0,80	0,50	0,40	1,20	0,50	0,10	-	0,20	0,50	0,20	0,30	0,30	10,20
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,60	-	-	-	0,40	-	0,10	-	5,30	4,20	-	1,50	3,80	2,00	2,90	2,70	3,90	0,50	2,70	1,20	1,20	0,70	3,30	-	31,50
	TELEVENDAS	-	-	-	135,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	135,50
	Total	60,00	42,30	-	135,50	29,80	73,70	57,10	52,30	90,00	41,30	70,80	65,30	60,30	45,60	49,00	64,40	84,40	30,40	71,90	71,40	67,00	9,00	111,50	60,10	1.443,10
15-05-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,90
Segunda-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	7,60	2,98	2,50	-	8,10	3,69	4,70	3,26	12,07	0,40	5,96	10,96	5,01	5,63	6,05	5,64	-	5,93	7,23	5,93	5,90	0,10	11,55	-	121,19
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	0,82	-	-	2,92	2,61	1,30	0,34	3,33	-	1,64	3,34	2,49	0,17	1,55	1,46	0,34	0,17	1,67	2,37	3,40	-	4,75	-	34,67
	OUTROS	18,50	34,60	83,80	25,60	49,98	27,30	51,20	52,80	55,40	66,00	30,70	62,90	47,60	58,20	46,50	55,40	34,90	43,76	74,20	21,60	36,80	60,60	74,30	53,80	1.166,44
	PATROCÍNIO	0,10	-	0,80	-	0,30	-	0,30	-	0,20	0,40	-	0,50	0,90	0,80	0,40	0,80	0,50	0,20	0,10	0,50	-	-	-	0,70	7,70
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,10	0,60	0,60	-	0,20	1,90	2,30	2,70	1,50	5,40	0,30	2,40	3,90	2,00	2,90	3,90	2,10	3,90	0,50	1,70	2,80	3,50	4,20	-	52,40
	TELEVENDAS	-	-	-	60,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60,60
	Total	27,30	39,00	87,70	86,20	53,10	37,30	60,10	61,50	60,70	87,20	31,40	73,40	66,70	68,50	55,60	65,90	46,40	45,10	82,20	33,40	49,10	74,10	74,40	77,60	1.443,90
16-05-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	1,80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,90
Terça-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	5,80	-	-	0,08	7,62	5,21	4,90	3,35	11,05	0,30	5,98	5,74	5,75	5,91	6,15	12,48	5,86	0,30	6,02	13,83	-	6,69	6,26	119,28
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,83	-	-	-	2,12	0,78	2,59	1,70	2,25	4,65	-	1,22	2,96	0,95	2,79	0,95	0,34	-	1,38	4,57	-	2,81	2,74	-	36,55
	OUTROS	58,97	36,80	-	22,00	52,70	25,90	50,00	53,00	44,70	67,70	35,10	65,20	50,50	35,30	73,80	45,60	42,60	56,10	58,80	0,30	86,70	54,90	18,80	85,40	1.120,87
	PATROCÍNIO	-	1,30	-	-	0,10	0,30	-	0,50	-	0,50	-	0,50	0,70	0,30	1,10	0,30	0,20	0,50	-	0,40	0,60	-	-	0,7	

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

		Unidades de Hora																				Minutos					
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29		
Maio de 2006		55,00	44,70	64,60	75,50	38,20	63,00	58,70	51,40	84,60	59,50	36,50	80,90	69,40	18,60	55,00	103,50	61,10	32,90	59,50	69,90	75,00	52,60	66,00	68,10	1.444,20	
21-05-2006 Domingo	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	2,10	-	-	-	-	-	1,20	-	1,20	-	-	-	-	-	-	1,20	-	-	-	-	-	-	1,20	-	6,90	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,57	2,70	-	-	-	-	1,14	-	3,06	-	-	6,15	5,90	12,16	6,33	-	13,54	-	6,98	5,50	6,07	6,14	6,25	7,88	95,37	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,83	-	-	-	-	-	3,96	-	2,24	-	-	1,85	2,00	1,74	1,47	1,88	1,16	-	0,92	1,80	2,93	3,96	2,95	3,82	33,51	
	OUTROS	18,80	80,10	-	-	60,90	44,50	54,70	72,40	50,10	-	96,80	46,80	78,30	36,30	36,20	68,22	28,10	50,80	60,70	35,10	44,20	61,00	60,00	62,80	1.146,82	
	PATROCÍNIO	0,20	0,30	-	-	-	-	0,20	-	-	-	-	0,10	0,80	0,70	0,20	-	0,30	0,20	-	0,30	-	0,30	0,10	0,20	3,90	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,20	5,70	-	-	0,80	-	2,40	-	1,70	-	-	2,10	1,40	4,50	1,90	1,30	3,30	0,50	2,80	0,10	1,40	1,40	2,10	2,30	36,90	
	TELEVENIDAS	-	-	-	120,40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120,40
Total		28,70	88,80	120,40	61,70	44,50	63,60	72,40	58,30	96,80	57,00	88,40	55,40	46,10	72,60	46,40	51,50	71,40	42,80	54,60	72,80	72,60	77,00	77,00	77,00	1.443,80	
22-05-2006 Segunda-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,20	1,20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,60
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	0,84	2,50	-	-	2,39	7,09	5,23	4,62	3,31	12,64	0,40	5,98	11,94	-	5,56	5,01	13,25	0,58	4,89	4,52	7,47	7,56	-	6,13	111,91	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	2,56	0,50	-	-	1,41	1,51	2,77	2,58	1,19	3,36	-	1,92	4,06	0,17	2,84	1,89	2,35	0,42	0,51	3,68	1,23	3,34	-	2,27	40,56	
	OUTROS	29,30	29,20	-	24,20	50,20	26,50	51,70	52,40	40,60	76,40	34,40	68,70	40,60	21,43	52,40	91,20	29,30	75,30	40,20	58,90	0,30	69,70	86,90	52,50	1.102,33	
	PATROCÍNIO	-	-	-	-	-	-	-	-	0,40	0,80	-	0,20	1,00	0,40	0,30	0,50	0,30	0,50	0,20	0,30	-	-	-	-	0,10	5,00
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,50	-	-	-	0,20	1,10	1,10	1,70	1,40	3,50	0,30	2,10	3,10	-	1,30	2,20	2,10	0,50	2,10	1,70	1,50	1,70	-	2,20	30,30	
	TELEVENIDAS	-	-	-	150,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150,50
Total		33,20	32,20	174,70	54,20	36,20	60,80	61,30	46,90	96,70	35,10	78,90	60,70	22,00	63,60	102,00	47,30	77,30	47,90	69,10	11,70	82,30	86,90	63,20	1.444,20		
23-05-2006 Terça-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,20	1,20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,80
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	11,54	2,30	-	-	1,39	5,50	6,58	6,04	5,41	3,98	8,40	6,01	12,02	-	5,79	13,03	5,55	-	6,51	5,40	5,90	6,10	6,40	5,91	129,76	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,66	-	-	-	0,91	1,20	1,12	2,86	1,89	4,52	-	0,59	3,48	0,17	3,51	2,27	1,75	0,42	1,09	2,10	2,00	2,10	2,70	2,89	38,23	
	OUTROS	32,50	30,90	53,80	24,20	52,50	54,90	23,90	52,10	43,60	73,50	28,90	67,10	42,80	70,33	0,30	87,40	49,10	30,68	79,50	0,30	56,80	50,30	73,10	68,40	1.146,91	
	PATROCÍNIO	0,60	0,60	0,10	-	-	-	-	-	0,20	0,30	-	0,20	0,90	0,40	0,70	0,20	0,50	0,20	0,30	0,30	0,10	0,50	0,70	0,70	7,10	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	5,00	2,70	-	-	0,20	1,80	0,70	2,00	1,30	3,40	1,00	2,60	2,80	-	1,50	3,50	1,40	0,50	2,50	1,00	2,80	1,40	1,40	2,90	42,50	
	TELEVENIDAS	-	-	-	75,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75,50
Total		50,30	36,50	53,90	99,70	55,00	63,40	32,30	63,00	53,60	85,70	38,30	76,50	63,20	70,90	11,70	108,10	59,20	32,10	89,60	9,10	67,80	60,00	84,10	80,80	1.444,80	
24-05-2006 Quarta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	1,20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,60	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,02	2,82	-	-	0,69	7,65	5,55	6,27	5,53	7,06	6,56	6,12	12,39	-	6,08	13,06	5,69	-	12,16	6,14	8,04	6,23	6,03	6,03	129,09	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,08	0,08	-	-	2,01	0,25	2,85	2,83	0,97	2,34	2,34	1,08	3,71	0,17	2,92	2,64	2,11	0,42	0,17	1,66	4,46	2,07	1,87	1,87	40,67	
	OUTROS	9,80	44,20	-	24,10	52,20	25,10	50,30	52,40	49,90	71,70	23,20	70,10	44,40	20,93	66,60	66,40	26,70	50,98	65,00	58,33	22,70	34,40	70,50	73,20	1.073,14	
	PATROCÍNIO	0,50	-	-	-	-	-	-	-	0,60	1,00	-	0,20	1,00	0,40	0,30	0,70	0,20	0,50	0,60	0,20	-	0,60	0,40	0,40	7,20	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,20	-	-	-	0,20	1,30	1,40	1,40	2,70	3,10	0,90	2,20	3,20	-	1,80	4,40	3,20	0,50	4,60	-	2,80	1,60	1,70	1,60	40,80	
	TELEVENIDAS	-	-	-	150,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150,50
Total		18,60	47,10	174,60	55,10	35,50	60,10	62,90	59,70	85,20	33,00	79,70	64,70	21,50	77,70	87,20	39,10	52,40	85,00	58,70	33,90	48,50	81,70	83,10	1.445,00		
25-05-2006 Quinta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,60	0,60	-	-	-	0,60	0,60	-	-	2,40	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	8,16	-	-	-	4,80	5,57	5,55	6,29	5,75	5,21	8,47	6,02	11,70	-	5,75	13,26	5,74	5,56	-	12,30	9,64	6,43	6,05	6,05	132,25	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,24	0,50	-	-	1,83	1,75	2,11	2,25	5,49	0,33	1,98	3,90	0,34	3,15	2,44	2,16	1,84	-	3,90	3,00	1,26	1,57	1,65	1,65	42,69	
	OUTROS	44,30	23,70	-	25,50	54,50	21,80	50,60	52,60	43,70	70,90	27,40	71,00	46,70	19,16	56,90	67,70	36,90	55,00	36,90	69,80	47,50	50,60	53,90	48,80	1.075,86	
	PATROCÍNIO	0,20	0,10	-	-	0,40	0,40	0,30	0,30	0,30	0,30	0,20	0,20	0,60	0,60	0,40	0,40	0,20	0,50	1,00	0,20	0,60	0,50	0,40	0,40	7,80	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,00	-	-	-	0,20	1,50	2,20	2,50	2,70	3,30	0,80	3,00	4,10	1,50	3,00	5,50	2,70	1,20	-	5,60	0,80	2,60	1,10	3,30	48,60	
	TELEVENIDAS	-	-	-	135,40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	135,40
Total		54,90	24,30	160,90	59,50	31,10	60,10	63,90	54,70	85,20	37,00	82,20	67,30	21,60	69,40	89,90	48,30	64,10	36,90	93,20	52,10	64,70	63,50	60,20	1.445,00		
26-05-2006 Sexta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,60	0,60	-	-	-	-	1,80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,60	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	7,10	3,22	-	-	0,60	7,42	5,67	5,73	13,41	0,40	6,15	11,47	-	5,82	12,76	5,74	-	6,18	5,83	5,70	7,86	6,05	11,21	6,05	134,08	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	0,08	-	0,08	2,10	1,08	2,33	2,94	1,47	4,09	-	2,25	2,43	0,17	3,08	2,14	1,66	0,42	0,92	1,67	2,70	2,44	2,35	3,49	39,89	
	OUTROS	19																									

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Maio de 2006

		Unidades de Hora																									
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos	
	OUTROS	53,71	31,10	-	26,60	28,20	51,20	51,80	54,90	36,20	91,00	20,60	66,10	42,20	18,03	55,70	87,30	43,30	63,88	5,40	64,10	56,10	1.113,12				
	PATROCINIO	0,20	0,40	-	0,40	-	0,10	-	-	0,30	0,50	-	0,30	1,00	0,50	0,50	0,40	0,40	0,50	0,70	0,50	0,30	7,70				
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,90	2,20	-	3,80	-	1,80	0,80	0,60	1,50	2,60	1,40	1,70	4,30	-	0,90	2,40	2,60	0,50	0,40	0,80	1,10	37,40				
	TELEVENDAS	-	-	-	105,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105,50			
	Total	56,50	45,20	-	138,70	30,30	60,30	60,20	63,20	43,10	102,70	32,10	76,10	64,10	18,60	66,10	105,40	55,80	65,30	6,40	66,00	68,30	1.445,10				
31-05-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,30
Quarta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,73	-	-	-	3,90	5,59	4,54	4,30	5,37	13,92	0,40	6,09	11,62	-	6,33	14,33	6,10	-	12,26	7,36	8,48	12,12	0,12	128,56		
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,07	0,16	-	-	-	2,11	2,66	2,80	0,63	4,78	-	3,31	2,38	0,17	2,97	2,07	0,50	0,42	3,84	0,88	1,24	3,22	4,48	0,08	39,77	
	OUTROS	36,90	-0,16	79,40	22,50	55,00	23,10	51,70	51,90	36,00	84,10	29,80	63,70	41,70	-	-	-	-	35,68	62,00	63,72	49,50	22,20	68,10	59,60	1.148,70	
	PATROCINIO	0,70	-	0,20	-	-	-	-	0,50	0,10	0,60	-	0,20	1,50	-	-	-	-	0,50	1,30	0,20	0,80	0,40	0,80	0,30	10,40	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,60	-	0,30	-	-	1,00	1,20	1,20	1,70	2,10	0,30	1,30	2,70	-	-	-	-	0,50	3,30	0,10	0,90	1,50	2,30	0,30	27,90	
	TELEVENDAS	-	-	-	90,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90,50	
	Total	47,30	-	79,90	113,00	58,90	31,80	60,10	60,70	43,80	105,50	30,50	74,60	59,90	0,17	2,97	2,07	0,50	37,10	82,70	64,90	59,80	35,80	87,80	60,40	1.444,50	

Situações de blocos de espaço publicitário que ultrapassam seis minutos em cada unidade de hora
 Situações de blocos de espaço publicitário que ultrapassam doze minutos em cada unidade de hora

Notas:

Fonte: Telereport (base de dados de programa da Mediamonitor)

Colunas: Data: Data de emissão

Descrição: Tipos de programas agregados pelas seguintes classes:

Auto promoção Estação, Patrocínio, Promoção Programa e Televentas - Tipologia Telereport

Espaço comercial (Não institucional) - Apurado por diferença entre tipologia de "Espaço Comercial" do Telereport e a rubrica seguinte

Espaço comercial (Institucional) - Apurado por cross-matching entre Telereport e base dados de publicidade institucional (Gmedia)

Outros - Outros programas (residual). Os eventuais valores negativos (imateriais) apresentados nesta classe resultam do processo de cross matching entre Telereport e Gmedia

Unidades de Hora: Unidades de hora com início na hora de abertura da emissão (02:30)

Comentários "Call outs": Com o objectivo de destacar as situações mais significativas, em cada mês são apresentados comentários "call outs" para os cinco maiores valores de duração de publicidade por unidade de hora

Nestes call outs, de forma sintética, é apresentada a seguinte informação: (i) Nº de blocos publicitários transmitidos, hora de início e sua duração, (ii) Identificação do(s) programa(s) interrompidos ou intercalados

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Março de 2006		Unidades de Hora																			Minutos						
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29		
01-03-2006 Quarta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,50	-	0,50	1,50	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	2,54	1,30	-	-	-	6,20	5,20	2,53	4,68	3,89	5,81	4,24	11,72	-	4,84	8,20	-	5,71	5,36	5,41	6,35	12,73	-	6,29	103,30	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,16	-	-	-	2,61	-	1,90	0,17	0,42	1,91	0,99	0,46	0,98	0,08	1,16	0,90	0,99	1,44	3,79	0,75	2,87	0,75	0,08	1,41	2,87	1,183,93
	OUTROS	20,10	50,60	50,70	20,90	51,29	57,60	22,30	58,00	30,90	98,70	24,20	75,80	41,90	20,52	100,00	44,50	60,60	7,30	52,90	90,10	34,20	59,30	53,42	58,10	1,183,93	
	PATROCÍNIO	0,30	0,10	0,10	-	0,20	0,10	0,30	0,30	0,30	0,70	0,50	0,10	0,60	0,10	0,20	1,30	0,10	0,50	0,80	0,40	0,80	0,60	0,20	0,30	0,30	8,90
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,50	-	-	-	1,10	0,30	1,50	1,60	1,10	3,40	0,70	1,10	4,70	-	1,90	4,40	0,50	1,30	1,40	0,60	1,10	2,60	-	1,80	33,60	
TELEVENDAS	-	-	-	90,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90,50	
	Total	26,10	52,00	50,80	111,40	55,20	64,50	31,20	62,60	37,40	108,60	32,20	81,70	59,90	20,70	108,10	59,30	61,20	15,80	61,90	100,30	43,20	78,60	53,70	68,40	1.444,80	
02-03-2006 Quinta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	0,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,50	-	1,50	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	4,29	1,22	-	-	1,19	5,62	4,48	3,93	4,15	9,30	0,23	5,76	6,02	4,01	12,48	-	10,72	-	11,68	-	5,90	5,93	6,81	6,42	110,31	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,41	0,08	-	-	0,81	0,38	1,32	0,17	1,65	2,10	0,17	0,74	0,08	2,59	0,75	0,41	1,48	0,08	2,82	0,42	3,10	2,47	0,49	1,08	23,60	
	OUTROS	44,40	42,30	-	23,80	54,60	27,50	80,20	29,20	40,30	75,30	37,80	71,40	46,60	61,50	42,10	61,69	28,60	47,62	62,00	60,48	24,10	59,00	35,30	84,30	1.140,09	
	PATROCÍNIO	0,20	0,20	-	-	-	-	0,10	0,20	0,50	1,10	0,20	0,30	0,40	0,40	0,60	0,10	1,30	0,10	0,50	0,50	0,50	0,40	0,30	0,80	8,70	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,60	1,80	-	-	-	0,50	2,20	0,60	1,80	3,70	0,30	2,40	1,20	2,90	3,00	1,90	2,20	0,50	3,60	-	2,80	3,10	2,30	2,90	40,30	
TELEVENDAS	-	-	-	120,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120,60	
	Total	49,90	46,10	144,40	56,60	34,00	88,30	34,10	48,40	91,70	38,70	80,60	54,30	71,40	58,90	64,10	44,30	48,30	80,60	61,40	36,90	70,90	45,70	95,50	1.445,10		
03-03-2006 Sexta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	0,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,00	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,67	-	-	-	6,96	-	4,97	3,85	1,85	10,48	0,40	5,83	5,81	4,20	9,92	5,03	5,33	-	12,13	5,51	-	6,20	7,04	10,50	111,68	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,33	-	-	-	2,44	0,17	2,03	0,25	2,45	1,82	-	0,87	0,49	1,30	0,08	0,17	1,07	0,08	2,97	1,49	-	1,90	2,06	1,00	22,97	
	OUTROS	20,20	88,70	23,70	21,80	50,40	28,63	51,70	54,60	76,50	46,90	32,10	68,90	43,70	70,10	43,30	59,00	35,20	42,72	61,70	60,30	42,30	48,30	44,40	60,60	1.175,75	
	PATROCÍNIO	0,60	0,10	-	-	-	0,20	0,20	0,30	0,90	1,00	0,20	0,70	0,70	0,50	-	1,60	0,10	0,80	0,60	0,60	0,70	0,60	0,70	0,90	11,40	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,60	-	-	-	-	1,70	0,90	1,80	3,10	2,30	0,30	1,30	1,70	2,50	2,20	1,80	4,20	0,50	3,60	1,50	0,80	3,70	3,50	5,80	46,80	
TELEVENDAS	-	-	-	75,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75,60	
	Total	30,40	88,80	23,70	97,40	59,80	30,70	60,30	60,80	84,80	62,50	33,00	76,90	52,40	78,80	56,00	66,50	47,40	43,40	81,20	69,40	43,80	60,70	57,70	78,80	1.445,20	
04-03-2006 Sábado	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,70	-	-	-	-	-	1,92	2,91	3,50	5,41	-	4,96	12,92	-	12,27	5,90	5,20	-	12,37	-	6,31	6,83	0,40	11,58	96,18	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	0,33	0,90	1,08	1,39	1,30	2,39	0,17	1,94	0,58	0,58	1,13	2,00	1,90	0,08	0,83	1,52	2,19	2,77	-	3,72	26,80	
	OUTROS	47,50	18,00	46,40	-	47,47	64,20	51,10	52,20	49,90	36,70	46,43	74,80	24,80	75,02	45,50	33,50	50,80	44,92	58,40	64,98	52,10	0,10	58,70	93,80	1.137,32	
	PATROCÍNIO	0,70	-	-	-	0,30	0,20	0,90	0,40	0,40	0,70	0,40	0,90	1,30	0,60	0,60	1,00	0,80	0,10	0,40	-	0,50	-	-	0,40	10,60	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	4,60	-	-	-	2,60	1,10	4,10	4,50	2,60	2,10	0,30	3,20	5,50	1,30	2,50	3,00	1,20	0,50	7,00	-	2,20	0,70	-	3,30	52,30	
	TELEVENDAS	-	-	-	-	120,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120,50
	Total	56,50	18,00	46,40	171,20	66,40	59,10	61,40	57,70	47,30	47,30	85,80	45,10	77,50	62,00	45,40	59,90	45,60	79,00	66,50	63,30	10,40	59,10	112,80	1.443,70		
05-03-2006 Domingo	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	4,01	0,50	-	-	1,27	1,04	-	5,55	5,55	-	5,79	5,21	5,26	6,05	12,02	5,40	-	6,70	5,24	3,97	14,55	-	3,97	-	92,08	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,49	-	0,08	-	1,31	0,33	1,06	0,16	2,95	2,55	-	0,41	0,49	0,74	1,95	2,98	1,90	-	1,36	4,03	2,85	0,08	1,33	-	27,05	
	OUTROS	41,80	1,70	-0,08	-	60,09	42,60	65,10	45,14	51,20	59,30	37,10	55,60	48,80	78,60	42,20	45,40	30,40	46,80	62,90	3	85,30	2	85,30	1.081,37		
	PATROCÍNIO	0,20	-	-	-	0,20	0,30	0,40	0,20	1,10	-	0,10	0,30	0,60	0,90	0,80	0,60	0,60	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	9,10	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,60	1,90	-	-	1,70	0,90	2,70	-	4,00	0,30	0,30	2,50	2,80	2,40	3,50	4,90	4,90	0,50	2,90	-	2,30	-	-	-	49,80	
	TELEVENDAS	-	-	-	135,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	135,50
	Total	48,10	4,10	135,50	63,30	45,40	70,30	45,50	64,80	67,70	37,50	64,60	57,90	87,90	54,50	66,10	43,20	47,30	72,90	45,30	87,50	54,20	37,90	93,40	1.394,90		
06-03-2006 Segunda-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,50	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	1,62	-	-	-	0,40	4,55	4,94	3,21	1,71	9,87	0,32	3,44	7,02	6,31	4,76	6,59	3,34	-	5,86	5,88	7,60	6,30	12,63	4,90	101,25	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	-	0,08	-	2,65	2,16	0,49	1,29	1,73	0,08	1,06	0,08	1,39	0,74	0,81	1,96	0,08	0,34	2,52	2,30	2,80	3,27	-	-	25,91	
	OUTROS	27,30	-	124,62	19,70	30,40	51,30	50,20	55,80	80,70	42,50	32,10	64,70	43,90	70,70	26,20	76,70	38,40	43,32	80,40	19,80	34,00	51,60	71,10	64,10	1.199,54	
	PATROCÍNIO	0,30	-	0,10	-	0,30	0,30	0,40	0,80	0,70	0,10	0,30	0,60	0,70	0,30	0,50	1,20	0,10	0,80	0,50	0,10	0,40	0,70	0,40	0,40	9,60	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,90	-	1,50	2,60	1,40	2,50	1,60	3,20	3,50	2,00	1,70	3,50	2,00	0,60	4,70	2,60	0,50	2,00								

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

		Unidades de Hora																									
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos	
	TELEVENDAS	-	-	-	90,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90,50	
	Total	58,40	42,70	48,60	90,50	51,40	50,00	59,10	80,30	59,70	38,40	52,50	86,00	46,60	73,40	54,50	53,80	64,20	42,50	71,30	49,70	68,70	40,60	71,60	52,90	83,70	1.443,90
12-03-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,50	
Domingo	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	0,92	-	-	-	-	1,37	1,38	-	2,97	3,04	2,74	4,90	5,03	13,72	6,72	5,67	5,56	-	6,30	5,41	7,39	7,26	5,91	8,95	95,29	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	-	-	-	-	0,33	1,72	0,16	0,83	1,16	0,66	0,30	1,87	1,53	1,68	0,33	1,84	-	-	0,59	0,91	1,44	1,19	1,45	18,07	
	OUTROS	54,70	18,90	101,40	-	40,80	69,50	32,20	61,04	74,80	60,20	36,20	51,20	72,90	38,90	46,90	56,70	47,80	36,40	66,00	59,80	29,10	60,30	42,50	68,70	1.226,94	
	PATROCÍNIO	0,40	-	-	-	0,30	0,30	0,30	0,20	0,30	0,60	0,90	-	0,50	0,70	0,60	0,90	0,60	0,60	0,20	1,30	0,60	0,60	0,60	0,70	0,80	10,80
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,50	-	-	-	0,70	1,20	1,70	-	0,80	0,20	0,20	1,90	2,00	2,70	1,40	2,50	2,30	0,50	2,20	1,60	2,60	2,00	2,60	3,30	32,90	
	TELEVENDAS	-	-	-	60,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60,50
	Total	56,60	18,90	101,40	60,50	41,80	72,70	37,30	61,40	79,70	65,20	40,70	58,30	82,30	57,60	57,30	66,10	58,10	36,90	74,70	68,70	40,60	71,60	52,90	83,70	1.445,00	
13-03-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	0,50	-	-	-	-	-	-	0,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,00	
Segunda-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	-	-	-	0,35	3,06	4,87	2,55	4,62	10,90	0,42	2,37	4,50	4,50	7,19	7,55	4,74	5,42	-	6,34	7,90	7,02	7,06	7,40	98,76	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,41	-	0,08	-	0,55	2,84	0,63	0,25	0,78	2,10	0,08	0,33	0,30	-	1,91	0,65	1,86	0,08	0,34	1,36	-	1,48	1,84	-	17,87	
	OUTROS	35,29	-	-0,08	23,00	58,10	24,00	52,20	57,30	35,80	81,20	36,90	63,40	42,90	51,00	61,80	69,80	30,90	74,10	46,06	57,80	0,10	60,10	84,70	57,50	1.103,87	
	PATROCÍNIO	0,10	-	-	-	-	0,10	0,60	0,20	0,40	0,60	0,10	0,30	0,10	0,30	0,10	0,60	1,20	0,40	1,10	0,60	0,40	0,30	0,30	0,30	8,10	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,70	-	-	-	-	1,00	2,50	1,70	1,60	2,30	0,30	2,00	0,60	2,10	1,00	3,50	1,20	1,50	1,90	1,90	1,50	2,90	2,60	0,50	33,30	
	TELEVENDAS	-	-	-	180,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,60
	Total	36,50	-	-	203,60	59,00	31,50	60,80	62,00	43,20	97,10	37,80	68,40	48,90	57,90	72,00	82,10	39,90	81,50	49,40	68,00	9,90	71,80	96,50	65,70	1.443,50	
14-03-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	0,50	-	-	-	-	-	-	0,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,00	
Terça-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,02	-	1,00	-	-	3,90	4,75	2,57	4,59	4,84	5,23	4,77	6,00	5,03	7,44	9,12	5,56	0,62	5,20	8,19	6,30	13,53	6,99	4,17	116,84	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	-	-	-	0,77	-	2,35	0,33	0,61	1,66	0,27	0,73	-	0,17	2,66	0,78	1,94	0,08	-	1,11	1,00	2,25	2,01	0,63	19,33	
	OUTROS	21,20	-	94,90	23,90	57,43	26,70	51,50	55,30	44,20	90,10	23,00	64,10	45,90	41,80	58,90	69,10	35,60	68,40	55,70	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60	55,50	1.171,33
	PATROCÍNIO	0,20	-	0,10	-	-	0,30	0,10	0,50	0,20	0,20	0,30	0,60	0,20	0,10	0,50	0,90	1,50	0,20	0,10	0,40	0,40	0,30	0,30	0,30	9,00	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,40	-	0,70	1,20	1,40	1,40	1,20	2,00	1,50	1,90	1,60	2,40	0,50	1,10	2,00	3,90	2,70	2,00	1,10	1,80	1,80	1,80	1,80	1,80	1,10	37,40
	TELEVENDAS	-	-	-	90,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90,50
	Total	27,90	-	96,70	115,60	58,20	32,30	60,40	60,70	51,10	98,70	30,40	72,60	52,60	48,70	71,50	83,80	47,30	71,30	62,10	23,10	11,60	13,53	6,99	4,17	1.171,33	
15-03-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	0,40	-	-	0,37	4,32	4,88	2,29	4,90	9,02	0,50	4,44	13,54	0,60	8,21	4,70	5,98	-	6,20	5,65	7,67	5,96	5,96	13,29	101,82	
Quarta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,63	-	-	-	0,83	2,28	1,32	1,21	0,90	3,88	-	0,66	0,76	-	2,39	0,40	1,32	0,08	-	1,45	0,93	-	1,74	3,01	23,79	
	OUTROS	25,97	67,30	-	24,00	57,40	24,50	51,50	56,80	50,40	69,50	33,40	65,50	44,00	72,90	46,30	47,40	33,40	50,02	36,60	56,80	68,10	86,10	82,00	1.149,89		
	PATROCÍNIO	0,10	0,30	-	-	0,30	0,40	0,50	0,70	0,80	0,10	0,60	0,80	0,10	0,70	0,60	1,60	0,10	0,60	1,40	0,60	0,60	0,70	0,90	11,80		
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	1,00	-	-	0,20	0,90	1,50	1,40	2,30	2,60	0,30	2,30	3,60	1,50	2,30	2,70	2,10	0,50	1,40	2,00	1,10	2,70	4,20	2,60	36,70	
	TELEVENDAS	-	-	-	120,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120,50
		Total	26,70	69,00	-	144,50	58,80	32,30	59,60	62,20	58,60	85,80	34,30	73,50	61,70	75,00	60,00	55,80	44,40	50,70	44,80	67,30	78,40	-	97,20	103,90	1.444,50
16-03-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,62	1,90	-	-	1,30	4,31	5,48	3,27	4,20	11,41	0,40	11,57	-	4,53	10,96	3,10	5,70	5,99	-	6,71	6,57	6,03	14,78	2,49	113,40	
Quinta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	-	-	0,50	-	1,79	2,22	0,63	0,50	2,69	-	0,73	-	0,17	3,64	0,30	0,90	0,71	-	1,29	2,83	2,67	1,44	1,31	24,30	
	OUTROS	30,80	31,00	-	25,60	58,50	22,40	50,60	56,80	33,10	89,40	28,00	67,30	34,60	41,10	69,90	67,40	35,50	68,70	30,30	40,60	40,60	40,60	40,60	40,60	1.110,80	
	PATROCÍNIO	0,80	0,30	-	1,40	0,40	0,10	0,40	0,20	0,50	0,20	0,60	0,40	0,20	0,40	0,20	0,50	1,40	0,10	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	11,90	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,60	0,90	-	5,50	0,20	1,70	1,40	2,20	1,70	2,60	2,10	3,10	4,40	2,50	1,70	3,90	2,60	2,00	1,40	0,90	1,40	1,40	1,40	1,40	47,00	
	TELEVENDAS	-	-	-	135,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	135,60
		Total	37,90	34,10	-	168,60	60,00	30,30	60,10	63,10	40,00	106,30	31,10	83,10	34,60	48,70	87,70	73,90	45,50	76,90	31,20	50,20	27,00	20,90	6,20	6,20	1.443,00
17-03-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	0,40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,40	
Sexta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	-	1,22	-	1,60	3,53	4,49	1,90	5,02	9,10	0,32	11,67	-	5,35	6,21	4,50	5,92	5,59	0,12	11,68	-	7,36	7,02	7,99	100,59	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,74	0,08	0,08	0,42	0,50	1,07	2,01	0,90	0,48	2,70	0,08	0,63	-	0,55	2,79	0,70	1,28	0,41	0,08	4,02	-	1,74	1,58	0,41	23,25	
	OUTROS	40,86	64,62	24,10	24,28	57,00	24,20	51,80	55,20	34,60	72,10	49,50	72,80	34,20	48,00	57,50	66,50	33,90	68,00	34,00	63,50	-	65,00	50,70	90,80	1.183,16	
	PATROCÍNIO	0,30	0,10	0,70	0,70	0,70	0,40	0,40	0,80	0,10	1,10	0,10	0,80	0,10	0,40	1,20	0,80	2,10	0,10	0,40	1,40	0,40	0,50	0,70	0,70	14,10	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,20	-	2,20	2,20	0,20	1,40	1,40	1,60	1,20	3,70	0,40	4,20	2,50	5,00	2,20	3,20	3,20	1,60	0,90	4,00	-	2,00	2,90	1,60	46,60	
	TELEVENDAS	-	-	-	75,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75,50
	Total	44,10	64,80	28,30	103,10	59,30	30,90	60,10	60,40	41,40	88,70	50,40	9														



RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

		Unidades de Hora																				Minutos					
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29		
Total		51,50	43,80	-	144,90	57,80	32,40	60,10	61,90	88,20	52,40	38,10	79,70	34,50	58,30	83,00	75,20	45,30	75,00	48,40	67,30	10,50	70,00	69,20	95,80	1.443,30	
21-03-2006 Terça-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	0,70	-	-	2,10	-	3,30	-	-	1,10	-	2,00	-	1,30	-	-	-	-	10,50
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	2,40	1,62	-	-	-	3,92	3,12	3,82	4,70	10,96	0,40	11,15	-	3,97	12,29	-	10,40	-	13,49	-	6,30	6,60	7,36	10,83	-	113,33
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	0,08	0,08	-	0,99	0,78	2,48	0,08	0,90	2,14	-	1,55	-	0,63	3,61	0,48	2,10	0,08	1,51	2,26	0,60	2,60	1,54	1,07	-	25,56
	OUTROS	23,60	58,70	40,92	21,70	56,71	25,40	79,30	28,40	39,20	74,30	36,40	62,10	30,70	57,50	49,90	70,82	36,70	38,32	63,90	57,94	41,60	48,30	24,50	84,20	-	1.151,11
	PATROCÍNIO	0,10	0,10	-	-	-	0,70	0,80	0,40	0,20	0,90	0,10	0,90	-	0,50	0,60	0,40	2,00	0,10	0,90	0,60	0,60	0,30	0,30	0,60	-	11,10
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,50	-	-	-	0,20	2,00	2,60	1,70	3,00	4,20	0,30	4,00	-	3,30	5,20	1,50	3,40	0,50	3,10	0,80	0,80	1,90	1,40	1,90	-	42,30
TELEVENDAS	-	-	-	90,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90,60	
Total		26,60	60,50	41,00	112,30	57,90	32,80	88,30	34,40	48,70	92,50	37,20	81,80	30,70	69,20	71,60	73,20	55,70	39,00	84,90	61,60	51,20	59,70	35,10	98,60	1.444,50	
22-03-2006 Quarta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	-	-	-	-	5,37	5,67	4,51	5,78	10,01	0,50	11,72	-	5,75	10,53	-	10,64	-	6,30	-	5,76	5,94	-	6,73	14,49	109,70
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	1,06	-	-	0,33	2,83	1,43	2,09	0,42	2,79	-	1,48	-	0,65	2,77	0,25	3,96	0,08	-	0,34	1,06	-	2,27	1,11	-	25,00
	OUTROS	43,52	18,54	79,30	22,00	58,77	21,70	53,00	52,20	48,50	68,70	36,40	66,00	33,80	47,70	63,40	70,75	30,60	42,62	37,50	53,30	83,60	26,50	87,30	43,30	-	1.189,00
	PATROCÍNIO	-	-	0,10	0,10	-	0,30	0,10	-	0,40	0,10	0,40	-	0,80	-	-	0,40	0,60	1,50	0,10	1,00	1,70	-	0,30	1,00	0,60	9,50
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	-	-	-	0,60	0,50	0,20	1,10	1,60	4,80	0,30	3,40	-	2,20	4,10	1,30	3,30	0,50	1,00	1,20	0,20	0,20	-	5,40	3,10	34,80
	TELEVENDAS	-	-	-	75,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75,50
Total		43,60	19,70	79,40	97,50	60,00	30,50	60,30	60,30	56,40	86,70	37,20	83,40	33,80	56,30	81,20	72,90	50,00	43,30	45,80	62,30	90,80	26,80	102,70	62,60	1.443,50	
23-03-2006 Quinta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	0,70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,70
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	5,45	-	-	0,24	5,69	4,51	4,30	5,78	9,53	0,40	11,25	-	5,60	13,08	-	12,43	-	5,65	5,56	5,77	0,20	13,13	-	-	108,50
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,35	0,65	-	-	1,06	1,31	2,59	1,40	0,82	3,17	-	2,95	-	2,70	1,05	1,57	0,08	0,75	0,34	2,33	-	4,46	-	-	-	27,58
	OUTROS	53,15	44,40	35,30	22,60	54,60	24,90	79,50	24,60	44,30	74,10	29,40	64,80	33,90	52,60	53,60	66,95	30,30	45,82	37,80	54,20	85,40	65,80	34,00	61,80	-	1.173,82
	PATROCÍNIO	0,10	0,30	-	-	0,70	1,00	0,50	0,50	0,80	0,80	-	1,10	-	0,30	0,80	0,30	1,50	0,10	0,70	1,40	-	0,60	0,60	-	-	11,30
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	1,70	-	-	0,20	1,60	2,10	2,10	3,70	4,40	1,20	5,50	-	2,50	5,20	0,30	4,20	0,50	1,30	2,30	-	0,70	6,20	0,30	-	46,00
TELEVENDAS	-	-	-	75,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75,50	
Total		53,60	53,20	35,30	98,10	56,10	34,20	89,70	32,90	55,10	92,00	31,00	85,60	33,90	61,00	75,30	68,60	50,00	46,50	46,20	63,80	93,50	67,30	58,40	62,10	1.443,40	
24-03-2006 Sexta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,70
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	7,40	7,30	-	-	6,62	5,36	5,79	5,23	11,24	0,50	11,56	-	7,45	10,84	-	5,90	6,13	-	6,34	-	5,83	6,73	6,07	7,01	12,60	135,90
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	1,24	0,58	2,54	2,51	0,77	2,56	-	2,64	-	0,65	2,76	0,90	3,57	0,08	1,66	1,17	2,07	1,83	0,49	1,60	-	29,62
	OUTROS	18,90	42,70	-	21,70	53,56	26,40	50,00	52,00	39,60	77,20	32,10	66,30	35,80	44,70	68,60	54,20	22,80	52,02	58,10	37,40	49,20	46,20	59,00	68,90	-	1.077,38
	PATROCÍNIO	0,20	0,40	-	-	0,60	0,30	0,30	0,10	0,90	0,90	-	0,90	-	0,30	2,00	0,30	2,00	0,10	0,30	0,80	1,00	0,40	0,30	1,20	-	12,40
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,10	3,10	-	-	0,20	1,60	2,00	1,60	3,60	4,40	0,30	2,90	-	3,50	7,50	1,20	3,40	0,50	1,00	2,10	3,60	1,40	3,00	4,50	-	53,50
TELEVENDAS	-	-	-	135,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	135,50	
Total		29,30	53,50	35,30	157,20	55,00	35,80	60,20	49,30	96,30	32,90	84,30	35,80	56,60	91,70	62,50	37,90	52,70	67,40	47,30	62,60	55,90	69,80	88,80	123,70	1.445,00	
25-03-2006 Sábado	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	1,20	-	-	-	1,90	0,47	-	5,39	5,57	6,00	5,88	11,81	-	6,05	5,65	12,14	-	6,35	-	5,85	12,80	-	-	-	-	87,06
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,40	0,16	0,08	-	0,80	0,93	1,08	1,31	1,93	-	2,42	2,59	0,17	0,75	3,35	0,76	0,08	0,75	-	1,25	4,20	-	-	-	-	24,01
	OUTROS	35,90	-0,16	107,32	47,90	46,60	46,00	57,50	71,22	47,80	49,30	28,90	58,80	49,30	23,63	64,90	74,40	23,50	50,62	60,50	100,00	65,20	-	123,70	-	-	1.232,83
	PATROCÍNIO	0,50	-	0,40	-	0,50	1,00	0,30	0,40	0,10	0,10	0,10	0,50	0,90	0,20	0,70	1,00	1,10	0,10	0,30	-	0,50	0,60	-	-	-	9,20
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,90	-	1,70	-	3,30	2,50	0,80	2,60	2,00	2,00	1,00	1,80	7,50	-	2,50	3,00	4,40	0,50	2,70	-	2,10	4,10	-	-	-	44,40
	TELEVENDAS	-	-	-	45,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45,50
Total		40,90	109,50	47,90	92,10	52,50	62,40	73,40	57,50	58,90	36,00	69,40	72,10	24,00	74,90	87,40	41,90	51,30	70,60	109,70	86,90	123,70	69,80	88,80	123,70	1.443,00	
26-03-2006 Domingo	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	0,70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,70
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	7,90	11,90	1,70	-	1,15	1,34	4,73	3,29	5,67	-	5,82	5,77	5,95	11,59	6,14	5,52	-	5,90	5,91	5,84	5,77	6,02	9,70	-	-	117,61
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	0,55	0,16	1,87	1,31	1,73	-	2,08	1,13	1,35	1,51	1,26	0,68	-	1,50	2,09	2,56	2,43	0,68	-	-	-	22,89
	OUTROS	44,60	26,90	35,50	-	39,40	72,70	33,80	63,60	49,80	68,50	30,70	59,30	50,70	41,50	57,00	63,10	35,30	45,10	59							

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Março de 2006

Data	Descrição (*)	Unidades de Hora																								Minutos
		2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	
31-03-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	10,30	-	-	-	8,70	-	4,58	5,75	7,04	4,35	7,33	12,33	-	7,16	11,85	4,70	5,21	-	6,28	6,05	7,32	5,97	6,06	7,30	127,98
Sexta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	1,80	-	3,12	2,25	0,96	3,65	0,67	1,87	-	2,04	2,05	2,00	2,59	0,08	1,92	2,65	1,08	2,43	1,34	1,20	33,70
	OUTROS	26,90	42,00	-	23,70	49,30	28,40	49,30	52,00	44,90	75,60	23,90	63,50	32,10	51,60	57,00	44,50	51,00	45,42	59,80	37,20	47,90	50,70	45,80	80,60	1.083,12
	PATROCINIO	0,50	-	-	-	-	-	0,70	0,30	0,60	0,50	0,20	1,10	-	0,60	1,00	0,90	0,40	0,10	0,70	0,70	0,90	0,40	0,50	0,90	11,00
	PROMOCÃO PROGRAMA	1,20	-	-	-	0,20	2,20	2,40	2,20	2,90	4,10	1,50	4,40	-	2,90	5,20	3,40	3,90	0,50	1,70	2,50	2,50	2,20	3,80	-	52,20
	TELEVENDAS	-	-	-	135,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	135,50
	Total	38,90	42,00	-	159,20	60,00	30,60	60,10	62,50	56,40	88,20	33,60	83,20	32,10	64,30	76,80	55,50	63,10	46,10	70,40	49,10	59,70	62,00	55,90	93,80	1.443,50

Situações de blocos de espaço publicitário que ultrapassam seis minutos em cada unidade de hora
 Situações de blocos de espaço publicitário que ultrapassam doze minutos em cada unidade de hora

Notas:

Fonte: Telereport (base de dados de programa da Mediamonitor)

Colunas: Data: Data de emissão

Descrição: Tipos de programas agregados pelas seguintes classes:

Auto promoção Estação, Patrocínio, Promoção Programa e Televendas - Tipologia Telereport

Espaço comercial (Não institucional) - Apurado por diferença entre tipologia de "Espaço Comercial" do Telereport e a rubrica seguinte

Espaço comercial (Institucional) - Apurado por cross-matching entre Telereport e base dados de publicidade institucional (Gmedia)

Outros - Outros programas (residual). Os eventuais valores negativos (imateriais) apresentados nesta classe resultam do processo de cross matching entre Telereport e Gmedia

Unidades de Hora: Unidades de hora com início na hora de abertura da emissão (02:30)

Comentários "Call outs": Com o objectivo de destacar as situações mais significativas, em cada mês são apresentados comentários "call outs" para os cinco maiores valores de duração de publicidade por unidade de hora

Nestes call outs, de forma sintética, é apresentada a seguinte informação: (i) Nº de blocos publicitários transmitidos, hora de início e sua duração, (ii) Identificação do(s) programa(s) interrompidos ou intercalados



RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Novembro de 2006

Unidades de Hora

Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos
01-11-2006 Quarta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,07	-	-	-	1,14	6,72	5,34	6,30	1,60	5,22	4,89	6,12	11,29	-	11,12	0,42	11,28	-	6,50	5,79	5,14	5,63	5,30	7,45	112,32
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,33	0,80	-	-	1,76	0,78	0,86	1,10	-	1,38	2,31	0,58	2,31	-	2,58	0,08	0,62	0,68	-	2,91	4,56	3,97	4,20	1,15	32,96
	OUTROS	50,80	50,20	-	25,20	54,30	25,80	52,30	46,50	58,40	79,00	22,20	59,50	56,20	14,00	84,80	64,00	30,70	72,72	46,40	22,80	49,70	49,60	69,30	62,00	1.146,42
	PATROCÍNIO	0,70	0,30	-	-	-	-	-	1,40	-	1,00	0,40	0,20	1,50	0,10	1,60	0,30	1,20	0,10	0,20	0,90	1,40	0,50	0,90	0,70	13,40
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,00	0,30	-	-	-	-	1,60	4,80	-	2,80	1,00	2,30	3,00	-	4,50	-	1,80	0,50	0,30	1,10	0,90	1,90	2,10	2,80	32,70
	TELEVENDAS	-	-	-	105,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total		57,90	51,60	130,80	57,20	33,30	60,10	60,10	60,00	89,40	30,80	68,70	74,30	14,10	104,60	64,80	45,60	74,00	53,40	33,50	61,70	61,60	81,80	74,10	1.443,40	
02-11-2006 Quinta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	2,68	1,97	-	-	2,30	5,59	4,84	6,77	6,28	10,94	0,30	6,07	11,00	-	11,49	-	12,40	0,42	5,60	6,65	5,72	5,96	6,42	5,77	119,17
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,52	0,33	-	-	-	2,01	1,46	0,33	1,72	3,06	-	1,13	3,00	-	2,91	1,07	0,70	0,08	0,50	1,65	3,48	1,84	2,58	1,23	30,60
	OUTROS	47,80	27,10	60,60	24,70	57,40	23,30	79,40	26,70	46,00	73,70	28,30	64,80	54,10	17,00	76,10	63,03	27,30	78,60	27,10	53,20	54,20	69,40	13,00	89,50	1.182,33
	PATROCÍNIO	0,90	0,80	-	-	-	-	0,20	0,40	0,10	0,90	0,40	0,60	1,40	0,10	1,60	0,10	1,60	0,10	-	1,60	0,70	0,50	0,20	0,10	12,30
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,90	2,50	-	-	-	-	2,50	0,90	1,40	2,70	1,20	2,40	3,30	-	3,00	1,00	2,00	0,50	0,30	1,60	0,90	1,50	1,50	0,60	30,70
	TELEVENDAS	-	-	-	68,40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total		53,80	32,70	60,60	93,10	59,70	30,90	88,40	35,10	55,50	91,30	30,20	75,00	72,80	17,10	95,10	65,20	44,00	79,70	33,50	64,70	65,00	79,20	23,70	97,20	1.443,50
03-11-2006 Sexta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	4,11	1,77	-	-	0,75	6,42	5,60	6,17	5,77	11,00	0,40	6,19	11,81	-	11,65	-	12,06	0,42	11,37	-	6,40	6,02	5,98	6,37	120,26
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,69	0,33	-	-	0,85	1,28	1,10	0,33	2,13	2,20	-	0,91	2,19	-	2,75	0,33	1,24	0,08	2,83	0,25	2,10	2,98	2,42	2,33	29,32
	OUTROS	26,00	42,70	48,90	24,70	53,70	27,50	52,40	54,10	47,10	72,70	29,00	67,10	54,30	16,80	74,30	64,37	26,70	75,00	43,80	38,95	50,00	61,30	21,60	84,80	1.157,82
	PATROCÍNIO	0,50	-	-	-	-	-	0,10	0,50	0,50	0,90	0,50	0,20	1,90	0,10	1,00	0,40	1,70	0,10	1,80	0,70	0,80	0,50	0,60	0,30	13,10
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	-	-	-	-	-	1,20	1,90	1,10	3,80	0,30	1,30	4,50	-	3,40	1,20	4,40	0,50	1,60	-	2,80	1,80	1,90	1,90	33,60
	TELEVENDAS	-	-	-	90,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total		31,30	44,80	48,90	115,30	55,30	35,20	60,40	63,00	56,60	90,60	30,20	75,70	74,70	16,90	93,10	66,30	46,10	76,10	61,40	39,90	62,10	72,60	32,50	95,70	1.444,70
04-11-2006 Sábado	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,02	2,40	-	-	0,30	1,50	1,80	2,71	5,58	5,03	-	6,06	11,81	-	6,10	11,93	4,96	-	12,63	-	5,96	5,49	6,65	6,03	101,96
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,48	-	-	-	0,50	-	-	3,29	2,02	0,77	-	1,14	3,19	0,17	1,50	2,27	2,81	0,58	0,47	-	1,64	2,05	1,17	2,69	26,69
	OUTROS	32,10	54,40	-	0,10	38,50	59,80	57,40	69,10	38,30	66,00	29,80	75,50	24,90	62,13	42,20	53,70	37,80	76,12	41,70	-	100,30	60,40	0,10	98,60	1.118,95
	PATROCÍNIO	1,30	0,80	-	-	0,40	-	0,10	0,80	0,10	0,40	0,40	1,10	1,00	0,20	0,70	1,60	1,80	0,10	0,60	-	0,50	1,20	0,60	1,20	14,90
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,70	3,20	-	-	1,20	0,70	1,00	1,30	0,60	1,30	0,30	3,70	2,40	-	2,70	5,40	4,30	0,70	2,80	-	1,20	4,50	1,90	3,10	46,00
	TELEVENDAS	-	-	-	135,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total		43,60	60,80	135,70	40,40	62,50	60,30	77,20	46,60	73,50	30,50	87,50	43,30	62,50	53,20	74,90	50,50	77,50	58,20	109,60	74,40	11,30	110,10	110,10	1.444,10	
05-11-2006 Domingo	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	7,17	2,40	-	-	-	2,49	-	1,70	2,34	10,79	-	5,90	5,52	4,03	8,53	6,22	11,21	0,72	6,20	5,55	6,07	6,34	5,20	12,39	110,77
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,33	-	-	-	-	1,51	-	0,70	1,36	1,21	0,34	1,00	1,58	3,77	0,47	1,38	0,89	0,08	-	0,25	2,43	2,86	2,80	2,21	25,17
	OUTROS	1,10	63,10	46,80	-	64,30	41,00	51,80	45,30	54,10	62,70	41,46	60,90	56,30	53,50	21,70	83,10	27,10	74,40	57,40	42,40	21,10	42,70	94,70	46,60	1.153,56
	PATROCÍNIO	1,20	0,70	0,60	-	1,00	-	0,60	0,40	1,10	0,40	0,60	1,40	1,40	1,40	0,30	1,20	0,90	0,10	-	1,50	0,10	-	0,60	-	14,10
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,40	3,10	1,30	-	3,10	-	1,60	1,40	2,80	0,30	1,80	2,00	2,80	0,60	2,90	2,20	0,50	0,70	0,60	1,60	0,50	2,20	0,50	2,20	34,40
	TELEVENDAS	-	-	-	105,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total		12,20	69,30	48,70	105,60	64,30	49,10	51,80	49,90	59,60	78,60	42,50	70,20	66,80	65,50	31,60	42,30	75,80	64,30	50,30	31,30	52,40	105,50	61,20	1.443,60	
06-11-2006 Segunda-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	0,77	-	-	-	1,30	5,55	5,51	5,92	5,14	10,76	0,40	6,12	11,98	-	12,07	-	11,73	0,42	4,02	7,43	6,54	6,03	6,03	6,08	113,80
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,63	0,08	-	-	1,35	1,19	1,08	2,16	1,74	-	-	0,68	1,42	-	2,23	0,97	1,17	0,08	2,08	0,47	1,06	2,67	1,37	1,52	23,95
	OUTROS	34,70	-0,08	-	23,50	58,40	23,70	52,40	52,60	46,50	74,20	33,60	66,80	57,40	13,70	81,00	64,43	48,80	58,60	47,10	55,30	0,10	67,30	59,10	81,20	1.100,35
	PATROCÍNIO	-	-	-	-	-	0,10	-	0,40	0,30	-	-	0,20	0,80	0,10	0,20	0,10	1,00	0,10	-	1,30	0,10	-	-	0,40	5,10
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	-	-	-	-	1,30	1,40	1,50	2,40	0,40	1,50	2,70	1,40	1,20	1,40	1,20	1,40	0,50	0,70	0,70	1,60	0,40	-	1,30	20,40
	TELEVENDAS	-	-	-	180,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total		36,10	-	204,10	59,70	30,60	60,50	61,00	55,70	89,40	34,40	75,30	74,30	13,80	96,90	66,70	64,10	59,70	53,90	65,20	65,20	9,40	76,40	66,50	90,50	1.444,20
07-11-2006 Terça-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	4,23	-	-	-	-	7,22	5,39	5,34	5,49																

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Novembro de 2006		Unidades de Hora																				Minutos					
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29		
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,00	-	2,00	1,10	3,10	1,80	3,10	2,50	1,40	4,70	0,30	0,70	5,00	-	1,30	6,40	4,20	0,80	0,30	1,60	1,40	3,40	3,50	2,70	54,30	
	TELEVENIDAS	-	-	-	30,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30,50	
	Total	56,90	49,40	58,80	74,60	53,90	67,00	58,90	59,10	62,50	60,50	30,20	67,70	72,20	62,00	50,60	71,50	47,70	78,90	48,20	41,60	85,80	38,70	56,50	91,10	1.444,30	
12-11-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,30	
Domingo	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	4,73	1,10	-	-	-	6,90	-	7,52	-	9,95	-	6,53	5,45	11,22	6,06	-	11,42	0,42	6,10	5,80	4,74	7,50	11,81	1,43	108,68	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,87	-	-	-	-	0,50	-	3,18	0,73	1,45	0,50	1,57	1,15	2,38	2,14	0,42	0,48	0,08	0,50	-	2,46	0,60	4,09	0,17	23,27	
	OUTROS	36,30	44,00	67,40	46,10	60,40	40,90	51,00	45,30	76,57	27,50	50,70	51,30	79,20	39,30	54,30	-0,42	79,30	80,60	23,90	70,90	55,30	0,10	88,70	59,30	1.227,95	
	PATROCINIO	0,80	0,70	0,50	-	-	-	-	0,40	-	0,70	0,60	0,30	0,90	0,80	0,20	0,50	1,40	0,10	-	1,10	0,20	0,10	1,10	0,40	10,80	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,50	2,20	2,60	-	-	-	-	5,00	-	1,90	0,30	2,00	1,00	3,80	0,60	2,00	3,90	0,50	1,60	1,80	2,00	1,30	6,60	1,70	42,30	
	TELEVENIDAS	-	-	-	30,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30,60
	Total	44,20	48,00	70,50	76,70	60,40	48,30	51,00	61,40	77,30	41,50	52,10	61,70	87,70	57,50	63,30	2,50	96,80	81,70	32,10	79,60	64,70	9,60	112,30	63,00	1.443,90	
13-11-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,20	
Segunda-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	2,50	-	-	-	1,30	5,83	4,81	5,32	4,62	11,12	0,30	6,27	13,44	0,30	12,24	5,52	5,92	0,42	4,21	6,05	6,59	6,06	6,12	4,24	113,18	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,80	0,08	-	-	-	2,17	1,79	0,88	1,58	2,48	-	0,23	1,66	-	1,46	1,58	0,38	0,08	2,19	1,25	0,91	2,24	0,38	0,66	22,80	
	OUTROS	40,70	55,72	41,80	21,50	29,00	52,10	81,00	23,30	50,20	69,20	32,10	61,80	53,70	18,70	81,80	61,50	29,70	77,30	49,80	56,30	0,10	64,00	66,00	77,90	1.195,22	
	PATROCINIO	0,20	-	-	-	-	-	0,30	0,10	0,10	0,40	-	0,20	0,30	-	0,30	0,20	0,30	0,10	0,10	1,20	-	0,20	-	0,30	4,30	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,30	-	-	-	-	-	2,10	2,90	1,90	4,30	0,40	1,90	4,00	-	2,30	1,70	1,80	0,50	0,90	1,20	-	2,70	0,80	2,50	33,20	
	TELEVENIDAS	-	-	-	75,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75,50
	Total	45,50	55,80	41,80	97,00	30,30	60,10	90,00	32,50	58,40	87,50	32,80	70,40	73,10	19,00	98,10	70,70	38,10	78,40	57,20	66,00	7,60	75,20	73,30	85,60	1.444,40	
14-11-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,20	
Terça-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,40	0,18	-	-	2,62	5,80	5,75	6,06	5,77	5,82	6,19	6,29	11,58	-	-	-	-	5,55	5,97	4,84	5,68	6,38	6,40	6,32	118,64	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	0,32	-	-	0,28	2,80	2,05	1,04	1,63	0,08	0,71	1,41	1,44	-	-	-	-	0,55	0,16	1,05	0,33	1,16	2,02	1,52	2,40	1,08
	OUTROS	12,50	66,10	41,90	24,10	27,40	51,60	50,60	53,80	47,90	49,20	54,00	60,20	53,10	19,10	82,10	64,05	51,10	26,40	44,90	61,90	66,90	58,90	20,40	79,10	1.167,25	
	PATROCINIO	0,10	0,10	-	-	-	-	0,10	0,10	0,30	0,10	0,20	0,70	0,10	0,10	0,30	0,10	0,30	0,20	0,30	1,40	0,50	0,10	0,10	0,20	5,40	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,90	0,10	-	-	-	-	1,70	1,70	2,00	2,10	2,10	1,30	6,00	-	2,90	1,50	2,70	0,50	-	3,10	1,90	2,20	3,00	1,40	37,10	
	TELEVENIDAS	-	-	-	90,30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90,30
	Total	16,90	66,80	41,90	114,40	30,30	60,20	60,20	62,70	57,40	57,50	63,10	69,40	72,80	19,20	98,90	66,20	61,10	33,70	51,50	72,60	77,00	69,30	32,30	88,30	1.443,70	
15-11-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	0,20	-	-	-	-	-	0,20	-	0,20	-	-	-	0,20	-	0,20	0,40	-	-	-	-	-	-	-	1,60	
Quarta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	4,04	-	-	-	2,02	5,75	5,70	5,77	5,77	5,64	5,74	6,00	11,57	-	12,45	-	12,84	-	6,07	5,34	-	6,37	12,33	-	113,20	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,66	0,80	0,08	-	0,18	1,95	2,40	0,93	2,13	0,86	1,66	0,50	2,93	0,17	1,25	0,66	0,66	0,58	0,33	0,66	0,33	1,93	3,97	-	25,62	
	OUTROS	12,00	67,90	84,12	22,20	28,10	52,40	51,10	53,20	47,70	80,20	20,80	64,80	44,60	15,93	89,00	62,94	45,00	31,02	52,50	51,90	53,27	41,70	70,90	66,10	1.209,38	
	PATROCINIO	0,10	0,10	-	-	-	-	0,10	0,10	0,20	0,40	0,20	1,10	0,20	0,50	0,10	0,80	0,70	0,40	1,20	0,40	0,40	0,40	0,60	-	8,10	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,10	0,40	-	-	-	-	1,00	0,40	2,40	4,00	1,60	1,00	3,90	-	4,10	1,70	2,50	1,20	0,30	4,00	-	2,90	7,20	-	40,70	
	TELEVENIDAS	-	-	-	45,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45,50
	Total	18,90	69,40	84,20	67,70	30,30	60,10	60,20	60,60	58,60	91,10	30,20	72,50	64,30	16,30	107,50	65,60	62,20	33,50	59,60	63,10	54,00	53,30	94,80	66,10	1.444,10	
16-11-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,30	
Quinta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,51	5,62	0,92	-	2,10	5,79	5,60	5,77	5,86	11,23	0,40	5,85	11,13	-	12,76	5,39	5,64	5,99	-	6,38	5,71	6,07	6,02	5,99	125,73	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,59	0,08	0,08	-	-	1,43	0,80	1,43	1,64	1,27	-	1,75	1,87	0,25	2,24	0,41	1,06	0,41	-	2,72	2,59	2,73	1,78	1,81	28,22	
	OUTROS	6,10	52,60	98,40	24,40	28,10	51,70	50,90	54,00	45,90	68,20	32,10	65,20	44,80	15,65	90,50	54,80	44,80	54,80	33,90	47,00	50,80	46,80	51,30	78,20	1.190,95	
	PATROCINIO	0,10	0,10	0,10	-	-	0,30	0,10	0,70	1,00	0,20	0,20	1,60	0,20	0,90	0,30	1,20	0,10	0,10	-	0,80	1,20	0,40	0,60	0,60	10,50	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	-	-	-	-	2,60	2,60	2,60	5,50	0,40	1,50	6,00	-	5,10	2,20	3,30	3,30	1,20	-	1,10	1,90	2,20	2,20	2,30	42,70	
	TELEVENIDAS	-	-	-	45,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45,60
	Total	12,30	58,40	99,50	70,00	30,30	60,20	60,20	63,90	56,70	87,20	32,90	74,50	65,40	16,10	111,50	63,40	56,00	62,50	33,90	58,00	62,20	58,20	61,90	88,90	1.444,00	
17-11-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,98	1,27	-	-	1,75	5,62	5,54	6,09	5,88	11,21	0,40	6,09	5,59	5,85	11,92	-	13,53	0,42	5,32	8,59	2,24	5,				

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Novembro de 2006		Unidades de Hora																						Minutos			
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos	
	TELEVENDAS	-	-	-	45,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45,60
	Total	60,00	4,20	105,90	70,50	55,90	34,50	87,70	35,60	51,10	84,90	41,40	72,60	68,00	12,50	103,10	56,10	48,80	40,40	64,40	76,30	61,80	80,70	43,90	83,00	1.443,30	
22-11-2006 Quarta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,95	0,54	-	-	0,32	5,79	5,47	6,47	5,85	11,33	0,40	6,07	11,29	-	12,45	-	13,37	-	6,23	5,77	2,26	8,69	5,49	6,03	117,77	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,85	0,16	-	-	0,28	2,31	2,83	0,73	1,05	4,27	-	1,53	1,91	0,17	2,85	1,32	2,53	0,08	0,17	2,83	7,74	1,31	4,21	1,17	40,30	
	OUTROS	52,00	42,50	-	23,60	58,80	22,90	78,70	25,60	44,40	65,10	39,30	67,10	48,10	12,63	82,00	66,43	46,20	61,20	23,50	82,00	30,00	48,90	73,80	1.139,17		
	PATROCÍNIO	0,60	0,80	-	0,50	-	-	0,10	-	0,10	0,70	-	0,50	1,20	0,20	0,60	-	-	0,10	0,20	0,70	1,10	0,20	0,80	0,40	9,10	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,50	3,90	-	2,50	-	-	1,10	0,60	2,60	3,80	0,40	1,10	4,00	2,20	2,20	-	-	0,50	0,30	0,30	2,30	0,50	1,10	2,00	34,60	
	TELEVENDAS	-	-	-	105,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105,60
	Total	59,90	47,90	-	132,20	59,40	31,00	88,20	33,40	54,00	85,20	40,10	76,30	66,50	13,00	100,10	64,00	64,00	62,00	32,60	50,60	97,20	10,20	104,80	65,50	1.444,30	
23-11-2006 Quinta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,40	0,40	-	-	-	0,80
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	8,08	-	-	-	-	7,22	5,63	6,12	6,07	11,82	0,40	5,96	11,26	-	12,54	-	13,32	0,12	6,20	6,19	5,62	6,08	4,83	12,98	130,16	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,22	-	-	-	1,99	0,58	0,57	0,38	1,73	2,98	-	0,84	2,84	0,17	4,86	1,57	1,98	0,08	-	2,11	3,28	2,72	4,17	1,30	34,37	
	OUTROS	48,30	23,70	41,80	23,40	53,21	27,60	53,00	53,10	35,30	67,10	45,00	64,10	46,10	15,63	79,00	66,43	46,20	61,20	26,10	40,40	84,50	0,10	91,30	46,60	1.139,17	
	PATROCÍNIO	0,40	0,60	-	-	-	0,10	0,10	0,10	0,50	1,10	-	0,20	1,90	0,20	0,80	0,10	0,70	0,10	-	0,30	1,10	-	0,90	0,50	9,60	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,90	0,50	-	-	-	1,60	1,60	2,00	4,50	0,40	1,00	4,70	-	4,00	-	1,10	2,00	0,50	0,30	1,20	2,30	1,30	3,60	4,20	39,70	
	TELEVENDAS	-	-	-	90,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90,50
	Total	59,90	24,80	41,80	113,90	55,20	35,40	60,90	61,30	45,60	87,50	45,80	72,10	66,80	16,00	101,20	69,20	64,00	62,00	32,60	50,60	97,20	10,20	104,80	65,50	1.444,30	
24-11-2006 Sexta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	0,62	-	-	-	-	7,67	5,19	6,35	6,01	11,96	0,40	5,98	11,86	-	11,96	-	13,02	0,52	5,37	5,78	11,85	6,05	-	6,01	116,60	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,68	0,45	-	-	2,22	0,73	3,21	0,55	0,79	3,94	-	0,92	2,44	0,17	4,34	1,52	2,48	0,08	0,33	2,42	5,75	2,95	0,08	2,59	38,64	
	OUTROS	43,20	57,35	42,30	24,40	51,88	28,40	76,20	54,20	0,30	88,80	31,30	68,10	47,60	13,23	76,20	66,98	37,60	68,20	40,10	21,60	80,00	31,20	35,92	90,80	1.175,86	
	PATROCÍNIO	0,80	-	0,50	-	-	-	0,20	0,10	0,80	0,70	-	0,60	1,80	0,20	1,00	-	0,40	0,10	0,40	0,90	0,50	0,90	0,20	0,50	10,60	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	4,60	-	4,60	-	-	-	2,20	0,90	2,00	3,90	0,40	0,70	4,10	-	4,30	1,90	1,00	0,50	0,30	1,40	2,50	3,70	-	2,50	41,50	
	TELEVENDAS	-	-	-	60,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60,50
	Total	49,90	57,80	47,40	84,90	54,10	36,80	87,00	62,10	9,90	109,30	32,10	76,30	67,80	13,60	97,80	70,40	54,50	69,40	46,50	32,10	100,60	44,80	36,20	102,40	1.443,70	
25-11-2006 Sábado	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	0,60	0,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,60	0,60	-	-	-	4,20
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,50	0,80	-	-	5,00	4,88	-	3,73	5,70	14,70	-	6,06	12,30	-	6,00	13,54	5,35	0,52	5,82	5,99	5,85	6,12	-	6,06	110,92	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	2,50	0,80	-	-	0,42	0,97	-	3,17	3,00	1,90	-	0,84	3,50	0,17	2,00	4,06	2,55	0,08	0,58	1,91	1,25	4,28	-	3,24	37,22	
	OUTROS	23,10	82,70	-	49,10	38,50	72,93	48,30	48,30	0,30	88,80	51,30	79,30	25,20	63,53	42,50	52,30	30,40	75,50	39,00	39,00	48,00	55,60	31,70	98,80	1.122,66	
	PATROCÍNIO	0,60	0,10	-	0,50	0,40	0,10	0,80	0,10	0,80	0,70	-	0,70	1,80	0,20	0,40	0,80	0,60	0,10	-	0,90	-	0,40	-	0,30	9,30	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,80	1,10	-	2,50	0,60	1,00	1,80	1,80	0,30	3,00	0,30	3,00	3,00	-	4,00	6,20	3,00	1,40	0,30	1,30	0,30	1,20	-	1,40	39,10	
	TELEVENDAS	-	-	-	120,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120,50
	Total	31,50	85,50	-	120,50	57,10	44,80	75,60	57,80	59,60	47,40	51,60	89,90	46,40	63,90	54,90	75,90	42,50	77,60	46,60	49,10	55,40	68,20	31,70	110,40	1.443,90	
26-11-2006 Domingo	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	1,20	0,60	0,60	-	-	-	-	0,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,60	-	0,60	-	-	4,20
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	8,25	9,85	-	-	-	9,08	-	5,12	3,72	12,40	-	6,35	5,58	10,55	6,23	6,03	-	5,03	-	6,15	6,16	6,12	6,09	6,46	5,89	124,26
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,35	0,45	-	-	0,22	-	1,98	2,08	2,80	0,34	2,35	1,42	5,45	1,97	1,37	1,67	-	0,25	2,64	2,98	3,21	3,54	2,31	-	37,38	
	OUTROS	48,00	23,40	77,50	46,20	57,60	39,70	49,60	44,10	73,90	31,20	44,96	58,60	46,20	56,90	51,80	57,10	53,20	59,60	25,00	77,50	48,90	50,30	30,20	64,90	1.216,36	
	PATROCÍNIO	0,20	0,10	0,30	-	-	-	-	-	0,20	0,20	0,40	0,20	0,70	1,60	0,50	0,50	0,10	-	-	1,10	0,10	-	0,40	0,10	6,70	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,20	3,60	0,70	1,40	0,90	0,90	0,90	0,30	4,30	3,20	0,30	0,70	2,60	2,60	1,90	1,90	-	0,50	0,30	0,30	2,10	1,20	3,80	2,10	39,70	
	TELEVENDAS	-	-	-	15,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15,50
	Total	60,00	37,80	79,10	63,70	58,50	49,90	50,50	51,50	84,80	49,80	46,00	68,20	56,50	77,10	62,40	66,90	60,00	60,10	31,70	87,70	60,80	60,80	45,00	75,30	1.444,10	
27-11-2006 Segunda-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,60	0,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,60	-	-	-	-	3,00
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,61	1,82	-	-	0,60	5,70	5,53	6,33	5,47	11,29	0,30	6,08	11,09	-	12,23	-	12,72	-	11,97	-	7,80	6,07	6,07	-	115,38	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,39	0,08	0,56	-	3,00	3,27	0,37	0,73	2,51	-	0,52	2,51	-	4,37	1,02	3,58	0,08	2,73	2,26	-	2,43	1,43	-	-	32,84	
	OUTROS	26,00	61,40	41,24	22,80	29,60	51,50	49,40	77,50	0,10	80,60	45,20	63,90	48,80	13,40	84,40	64,88	23,40	50,82	74,40	49,44	0,10	76,30	53,80	88,80	1.177,78	
	PATROCÍNIO	0,20	0,20	0,10	-	-	0,10	0,10	0,20	0,20	0,20	-	0,20	1,00	0,20	0,40	0,10	0,30	0,10	-	0,70	-	0,10	-	-	4,20	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,90	1,90	0,50	-	-	1,90	3,30	1,20	3,70	0,40	1,50	4,90	-	4,70	1,50	1,50	0,50	1,00	1,20	0,50	1,80	1,30	-	-	35,80	
	TELEVENDAS	-	-	-	75,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75,50
	Total	33,70	66,00	42,40	98,30	30,20	60,20	60,20	88,20	7,70	99,00	45,90	72,20	68,90	13,60												

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Novembro de 2006

Data	Descrição (*)	Unidades de Hora																				Minutos				
		2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29		22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29
30-11-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	8,14	-	-	-	0,50	5,62	5,47	5,87	7,04	11,73	0,40	6,18	5,78	7,26	12,55	-	13,74	-	5,89	6,37	3,88	8,17	6,71	5,99	127,29
Quinta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,16	0,43	-	-	-	2,98	2,03	0,83	1,96	5,17	-	0,42	2,62	2,04	5,35	2,06	0,96	0,08	0,41	1,53	3,02	0,93	3,29	3,01	39,28
	OUTROS	36,90	-0,43	109,00	22,90	29,80	51,50	51,30	55,30	73,90	26,00	41,10	67,20	47,40	31,80	3	3	3	78,22	25,00	41,40	82,30	0,10	60,50	89,20	1.171,53
	PATROCÍNIO	0,70	-	0,10	-	-	-	0,10	0,10	0,20	0,40	-	0,10	0,50	0,30	-	-	0,10	-	0,30	1,00	0,20	0,20	0,40	5,50	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,10	-	-	-	-	-	1,30	2,00	2,50	5,40	0,40	1,70	2,90	1,60	-	-	0,50	0,30	2,10	3,00	0,90	3,00	2,20	39,90	
	TELEVENDAS	-	-	-	60,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60,60
	Total	48,00	-	109,10	83,50	30,30	60,10	60,20	64,10	85,60	48,70	41,90	75,60	59,20	43,00	78,20	68,40	48,00	78,90	31,60	51,70	93,20	10,30	73,70	100,80	1.444,10

Situações de blocos de espaço publicitário que ultrapassam seis minutos em cada unidade de hora
 Situações de blocos de espaço publicitário que ultrapassam doze minutos em cada unidade de hora

Notas:

Fonte: Telereport (base de dados de programa da Mediamonitor)

Colunas: Data: Data de emissão

Descrição: Tipos de programas agregados pelas seguintes classes:

Auto promoção Estação, Patrocínio, Promoção Programa e Televendas - Tipologia Telereport

Espaço comercial (Não institucional) - Apurado por diferença entre tipologia de "Espaço Comercial" do Telereport e a rubrica seguinte

Espaço comercial (Institucional) - Apurado por cross-matching entre Telereport e base dados de publicidade institucional (Gmedia)

Outros - Outros programas (residual). Os eventuais valores negativos (imateriais) apresentados nesta classe resultam do processo de cross matching entre Telereport e Gmedia

Unidades de Hora: Unidades de hora com início na hora de abertura da emissão (02:30)

Comentários "Call outs": Com o objectivo de destacar as situações mais significativas, em cada mês são apresentados comentários "call outs" para os cinco maiores valores de duração de publicidade por unidade de hora

Nestes call outs, de forma sintética, é apresentada a seguinte informação: (i) N° de blocos publicitários transmitidos, hora de início e sua duração, (ii) Identificação do(s) programa(s) interrompidos ou intercalados

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Outubro de 2006		Unidades de Hora																						Minutos			
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos	
01-10-2006 Domingo	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,30	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	8,68	-	-	-	1,86	4,34	2,27	2,90	2,97	11,92	-	6,12	6,05	12,18	-	5,96	5,45	6,02	5,25	6,07	13,21	-	13,10	-	113,35	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,52	0,42	-	-	0,84	2,26	2,93	0,70	3,13	1,78	0,50	2,88	2,35	5,22	0,42	3,44	2,75	1,38	0,75	2,13	5,09	-	4,20	-	44,69	
	OUTROS	30,90	-0,42	117,80	3,50	41,50	66,40	49,90	23,20	74,00	30,90	43,90	66,30	55,60	41,50	38,58	43,50	53,80	76,20	27,70	36,40	76,90	64,80	30,60	69,30	1.162,76	
	PATROCÍNIO	0,10	-	-	-	0,80	1,20	1,20	-	-	0,30	0,60	0,10	0,20	0,10	0,40	-	0,40	0,10	-	0,30	0,20	-	-	-	-	6,00
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,70	-	-	-	0,50	-	4,10	3,80	5,90	4,10	0,30	2,30	1,40	3,40	-	2,00	1,10	1,20	0,20	0,90	2,80	-	4,30	-	40,00	
TELEVENDAS	-	-	-	75,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75,60	
	Total	43,20	-	117,80	79,10	45,50	74,20	60,40	30,60	86,00	49,00	45,30	77,70	65,60	62,40	39,40	54,90	63,50	84,90	33,90	45,80	98,20	64,80	51,20	69,30	1.442,70	
02-10-2006 Segunda-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	6,14	-	-	-	2,47	5,69	5,43	6,12	6,04	11,23	0,40	11,97	5,46	-	12,04	5,72	5,92	0,42	4,38	7,56	5,84	6,59	5,73	8,02	123,17	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,16	0,08	-	-	0,63	1,61	2,47	1,98	1,86	1,97	-	4,73	1,44	-	2,96	1,18	2,78	0,08	3,32	0,84	2,86	3,81	2,17	1,08	38,01	
	OUTROS	53,50	18,42	-	25,30	27,20	52,90	80,00	25,30	46,40	71,40	30,50	65,40	53,40	-	93,90	61,70	28,60	50,70	75,30	55,60	48,90	0,20	93,80	55,50	1.113,92	
	PATROCÍNIO	-	0,80	-	-	-	-	-	-	-	0,30	-	0,30	0,60	-	0,10	-	0,40	0,10	-	0,80	0,30	-	-	-	0,10	3,80
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,30	-	-	-	-	-	1,80	1,40	2,20	3,50	0,40	1,90	2,60	-	3,20	1,40	1,60	0,50	1,20	0,60	3,00	0,30	2,10	0,90	28,90	
	TELEVENDAS	-	-	-	135,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	135,60
	Total	60,10	19,30	-	160,90	30,30	60,20	89,70	34,80	56,50	88,40	31,30	84,30	63,50	-	112,20	70,00	39,30	51,80	84,20	65,40	60,90	10,90	103,80	65,60	1.443,40	
03-10-2006 Terça-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,60	-	-	0,30	8,35	5,56	-	6,66	4,82	4,55	6,53	11,73	5,56	-	10,76	5,60	5,74	-	6,00	5,65	6,33	6,01	6,32	11,29	121,36	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	0,32	-	-	3,05	2,34	-	1,34	0,08	2,85	1,67	4,27	2,84	-	4,04	1,40	2,96	0,08	1,00	3,45	3,37	3,39	3,58	2,01	44,04	
	OUTROS	45,30	28,78	-	16,80	56,50	33,80	48,40	51,80	46,20	83,40	22,50	58,30	50,50	-	100,60	58,70	52,80	29,92	53,00	24,20	53,60	51,00	44,40	88,40	1.098,90	
	PATROCÍNIO	0,20	0,10	-	-	-	-	-	0,10	0,10	0,20	0,40	0,30	0,60	-	0,30	-	0,40	0,10	0,30	0,60	0,20	0,10	0,10	0,10	4,20	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,10	1,30	-	4,70	4,70	2,40	1,60	1,60	1,80	3,00	0,90	3,10	2,90	-	4,40	1,90	0,80	0,50	9,00	1,20	1,00	1,80	1,60	1,60	53,90	
	TELEVENDAS	-	-	-	120,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120,50
	Total	51,20	30,50	-	142,30	72,60	44,10	50,00	61,50	53,00	94,00	32,00	77,70	62,40	-	120,10	67,60	62,70	30,60	69,30	35,10	64,50	62,30	56,00	103,40	1.442,90	
04-10-2006 Quarta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	0,80	-	-	1,48	6,77	5,42	5,55	6,43	11,52	0,42	11,89	5,66	-	11,92	-	12,80	0,02	12,06	-	6,12	6,06	6,05	11,78	122,75	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,40	-	-	-	1,92	1,13	1,38	1,45	1,77	3,18	0,08	4,51	0,84	-	3,68	1,47	2,70	0,58	3,64	0,67	3,08	4,64	2,85	2,92	42,89	
	OUTROS	-0,40	95,00	-	23,30	53,90	25,10	52,20	54,60	44,20	70,80	31,60	61,30	50,40	-	100,10	62,03	28,70	76,10	43,70	54,33	20,30	53,40	44,50	78,20	1.123,36	
	PATROCÍNIO	-	-	-	-	-	-	-	0,10	0,10	0,50	0,10	0,30	0,60	-	0,30	-	0,40	0,10	0,40	0,80	-	-	0,10	0,30	4,10	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,40	-	-	-	-	-	1,10	2,20	1,70	4,00	0,40	3,60	1,60	-	3,30	1,30	2,10	0,50	2,20	-	-	1,40	1,40	2,50	29,70	
	TELEVENDAS	-	-	-	120,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120,50
	Total	0,40	95,80	-	143,80	57,30	33,00	60,10	63,90	54,20	90,00	32,60	81,60	59,10	-	119,30	64,80	46,70	77,30	62,00	55,80	29,50	65,50	54,90	95,70	1.443,30	
05-10-2006 Quinta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,60	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	1,16	-	-	-	1,49	5,36	4,39	13,38	-	11,85	-	5,98	11,45	5,62	5,37	-	12,03	-	6,40	6,44	5,42	6,00	6,31	6,01	114,66	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,94	0,32	-	-	1,11	2,74	2,91	3,12	-	3,85	-	1,62	4,45	3,28	1,33	0,85	3,17	0,83	-	2,66	3,48	2,80	1,79	1,39	42,64	
	OUTROS	49,00	-0,32	81,90	22,30	27,70	51,90	79,40	30,90	34,00	69,70	33,00	78,60	21,90	55,80	58,40	60,45	21,60	77,47	28,40	36,50	55,30	42,30	87,50	55,90	1.159,60	
	PATROCÍNIO	0,20	-	0,10	0,20	-	-	0,10	0,10	-	0,50	-	0,80	0,80	0,60	0,20	0,40	0,40	0,10	-	0,40	0,80	0,30	0,20	0,20	6,40	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,50	-	2,20	4,40	-	-	2,00	5,00	-	6,40	0,30	2,90	1,70	1,40	2,50	1,10	3,30	0,50	0,30	1,10	2,00	0,60	2,80	1,50	44,50	
TELEVENDAS	-	-	-	75,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75,60	
	Total	53,80	-	84,20	102,50	30,30	60,00	88,80	52,50	34,00	92,30	33,30	89,90	40,30	66,70	67,80	62,80	40,50	78,90	35,10	47,10	67,00	52,00	98,60	65,60	1.444,00	
06-10-2006 Sexta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,60	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	6,20	1,20	-	-	1,70	5,89	5,47	6,04	5,71	10,74	0,42	6,13	4,80	5,34	11,02	0,50	11,21	0,52	5,72	5,45	7,04	6,30	6,84	10,98	125,22	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	1,00	1,81	1,83	1,66	2,19	4,76	0,08	1,47	3,50	3,56	3,18	-	4,69	0,08	1,28	3,25	3,06	2,60	3,06	3,12	46,18	
	OUTROS	28,90	36,80	-	143,10	54,70	25,20	51,90	54,30	36,00	74,50	37,70	61,20	29,60	53,40	66,90	62,60	21,30	78,60	50,70	47,80	46,10	46,60	41,90	54,20	1.204,00	
	PATROCÍNIO	0,80	0,10	-	-	-	0,10	0,20	0,10	0,10	1,20	0,10	0,30	2,00	1,50	1,70	-	1,70	0,10	0,40	1,20	1,80	-	1,20	0,60	15,10	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,70	2,50	-	3,50	-	-	1,00	0,80	0,90	3,10	0,40	0,80	3,40	2,30	4,60	0,80	1,90	0,50	0,80	1,00	3,10	0,40	2,30	1,90	37,70	
TELEVENDAS	-	-	-	15,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15,50	
	Total	37,60	40,60																								

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Outubro de 2006		Unidades de Hora																				Minutos				
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos
	OUTROS	22,72	79,10	-0,08	22,20	54,00	26,00	79,50	23,20	48,10	49,00	51,10	69,60	46,40	-	93,30	58,00	49,10	55,33	51,80	-	3 blocos: prog. "Sessão da noite: Traze Dias"	0	0	55,00	1.125,17
	PATROCÍNIO	-	0,10	-	-	-	-	-	-	-	0,10	-	0,30	0,60	-	0,50	-	0,50	0,30	0,60	-	1º: início: 23:24; dur. 7'	0	0	2,20	4,10
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	4,20	-	-	-	-	2,70	0,90	1,50	3,90	0,30	1,80	3,30	-	4,60	2,20	0,40	-	-	-	2º: início: 00:19; dur. 7'	0	0	-	35,70
	TELEVENIDAS	-	-	-	105,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3º: dur. 0,7'	-	-	-	105,50
	Total	22,80	89,60	-	127,70	57,30	32,90	90,10	32,50	57,90	68,30	51,90	88,30	57,00	-	115,20	67,30	57,80	58,60	61,30	60,30	61,00	64,90	56,00	64,50	1.443,20
12-10-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	3,20	0,80	-	0,87	6,42	6,08	7,44	5,97	6,02	6,08	12,89	5,49	-	13,02	0,42	11,72	6,07	-	7,14	6,18	6,91	11,94	5,84	130,50
Quinta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	-	-	-	1,73	0,78	1,92	1,16	1,73	0,78	1,12	3,31	1,41	-	2,28	0,38	3,08	0,83	-	3,06	3,22	3,29	4,86	0,56	35,58
	OUTROS	34,82	31,30	82,80	22,60	53,40	27,40	75,40	28,90	48,50	78,00	21,90	68,50	44,80	-	96,40	65,00	42,00	55,80	29,90	38,50	88,30	25,30	63,80	53,30	1.176,62
	PATROCÍNIO	0,10	0,10	0,10	-	-	-	-	0,40	0,50	-	0,30	0,30	1,00	-	0,10	-	0,40	0,10	-	0,30	0,90	-	0,70	0,20	5,20
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	2,00	1,90	-	-	-	1,40	0,90	2,40	2,60	1,20	3,40	3,00	-	4,30	0,90	2,90	0,70	-	1,10	1,00	1,20	3,60	0,50	35,00
	TELEVENIDAS	-	-	-	60,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60,50
	Total	35,00	36,60	85,60	83,10	56,00	34,60	84,80	38,40	59,00	87,90	30,30	88,40	55,70	-	116,10	66,70	60,10	63,50	29,90	50,10	99,60	36,70	84,90	60,40	1.443,40
13-10-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	0,64	-	-	-	1,22	6,37	5,66	5,82	-	-	5,93	11,41	6,85	-	11,08	0,30	11,79	0,62	5,67	4,23	13,31	-	13,03	-	103,93
Sexta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,66	-	-	-	0,78	0,53	2,14	1,58	-	-	1,87	3,99	1,65	-	1,92	-	3,21	0,08	0,33	5,27	4,19	0,08	2,27	0,08	31,63
	OUTROS	33,50	-	23,70	54,10	27,30	78,40	19,20	78,40	19,20	78,40	19,20	174,40	67,80	44,80	96,50	67,50	20,60	79,00	37,70	62,30	29,10	26,32	77,20	63,72	1.083,14
	PATROCÍNIO	0,10	-	-	-	-	-	-	0,20	-	-	0,40	1,10	1,20	-	0,90	-	1,00	0,10	-	1,30	0,80	0,10	0,60	0,10	7,90
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	-	-	-	-	-	2,50	0,50	-	-	1,70	3,40	2,40	-	5,10	1,50	3,40	0,50	0,30	2,50	6,10	-	6,40	-	36,30
	TELEVENIDAS	-	-	-	180,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,60
	Total	35,90	-	-	204,30	56,10	34,20	88,70	27,30	-	184,30	87,70	56,90	-	-	115,50	69,30	40,00	80,30	44,00	75,60	53,50	26,50	99,50	63,90	1.443,50
14-10-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	8,40	-	-	-	1,70	3,84	-	1,75	-	-	7,38	6,02	11,85	-	12,35	6,04	5,84	-	12,34	-	6,07	5,96	6,59	9,89	114,80
Sábado	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	1,16	0,18	3,35	2,12	2,30	0,42	3,08	4,05	0,17	3,95	2,86	1,36	0,33	1,36	-	0,53	3,04	3,01	1,41	34,68	
	OUTROS	45,80	-	-	51,80	51,20	63,12	52,20	38,20	61,70	28,60	59,90	50,50	23,93	78,60	42,00	57,60	58,17	42,90	-	104,60	28,40	35,90	87,50	1.062,62	
	PATROCÍNIO	0,30	-	-	-	-	-	-	0,30	-	-	0,20	0,20	1,60	0,20	0,40	0,20	0,80	0,10	0,70	-	0,70	0,10	0,40	0,40	6,60
	PROMOÇÃO PROGRAMA	5,20	-	-	1,70	1,60	1,10	0,60	2,70	1,60	1,30	2,20	4,40	-	4,40	2,60	2,30	0,50	1,80	-	1,50	1,70	1,80	4,80	43,80	
	TELEVENIDAS	-	-	-	180,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,60
	Total	59,70	-	-	235,80	57,80	64,40	57,90	52,10	65,60	37,90	71,40	72,40	24,30	99,70	53,70	67,90	59,10	59,10	-	113,40	39,20	47,70	104,00	1.443,10	
15-10-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	1,17	-	-	-	5,77	1,80	-	3,06	4,60	7,34	6,12	5,93	4,70	6,92	11,99	5,60	-	6,70	6,33	6,44	5,96	6,06	8,33	104,82	
Domingo	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,43	-	-	-	0,83	0,50	-	2,64	4,40	2,66	1,68	1,17	2,50	0,08	3,91	-	0,75	-	1,07	1,26	2,64	1,84	1,27	29,63	
	OUTROS	53,60	-	2,10	59,40	38,60	56,10	45,60	73,40	47,20	23,90	59,80	56,30	57,40	21,80	67,40	56,60	56,15	28,00	71,60	47,50	29,30	60,70	59,90	1.072,35	
	PATROCÍNIO	0,40	-	-	-	0,30	-	-	0,60	0,80	-	0,40	0,40	0,40	0,60	1,00	-	-	0,30	-	0,30	0,40	0,50	0,60	7,40	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,60	-	-	-	0,70	0,60	-	5,70	2,90	1,20	2,10	2,50	4,80	1,00	5,10	1,60	0,50	0,30	1,00	2,40	6,30	3,00	4,40	47,70	
	TELEVENIDAS	-	-	-	180,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,50
	Total	57,20	-	-	182,60	59,40	46,20	59,00	45,60	84,80	59,70	35,90	69,70	66,30	69,80	30,40	89,20	64,80	57,40	35,00	80,30	57,90	44,60	72,10	74,50	1.442,40
16-10-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	6,10	-	-	-	1,30	5,79	5,64	5,93	5,67	10,90	0,40	5,86	11,47	-	11,85	-	13,08	-	5,50	6,44	6,22	6,11	6,14	5,97	120,37
Segunda-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,30	0,16	-	-	1,51	1,16	1,57	1,53	2,10	-	0,84	1,63	-	1,45	1,23	1,72	0,66	1,60	0,76	2,78	2,49	1,96	0,93	26,38	
	OUTROS	36,60	-0,16	27,20	29,00	52,80	50,90	53,60	38,40	83,50	29,20	62,30	50,30	14,00	87,90	63,67	25,20	75,94	49,90	55,00	0,10	65,50	84,80	49,00	1.084,65	
	PATROCÍNIO	0,10	-	-	-	0,30	-	-	0,50	1,20	-	0,40	1,30	0,20	0,40	-	0,70	0,10	-	0,90	-	0,10	-	0,70	6,90	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	4,50	-	-	-	2,20	0,90	1,30	2,80	2,80	0,90	2,50	4,20	-	4,00	1,10	2,50	0,50	0,80	1,80	2,10	2,90	1,50	3,50	40,00	
	TELEVENIDAS	-	-	-	165,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	165,50
	Total	47,60	-	-	192,70	30,30	60,10	60,20	47,40	100,50	30,50	71,90	68,90	14,20	105,60	66,00	43,20	77,20	57,80	64,90	11,20	77,10	94,40	60,10	1.443,80	
17-10-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	6,00	0,42	-	-	6,47	5,71	5,85	6,17	6,02	5,83	6,00	10,91	-	11,35	5,23	-	5,33	5,52	5,17	11,65	-	6,02	9,97	119,62	
Terça-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	0,08	-	-	0,78	1,33	1,89	2,35	0,53	1,28	2,27	0,50	1,79	0,17	2,65	1,57	0,08	1,57	1,78	3,93	5,65	0,56	2,88	3,03	36,67
	OUTROS	31,30	61,90	27,60	58,22	53,10	20,70	51,90	38,60	59,20	49,30	64,30	53,30	9,93	84,00	41,40	50,42	33,60	55,90	90,40	40,20	25,44	41,80	85,80	1.128,31	
	PATROCÍNIO	0,50	0,80	-	-	-	-	0,30	0,40	0,40</																

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Outubro de 2006		Unidades de Hora																						Minutos		
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos
22-10-2006 Domingo	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,60
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	6,15	-	-	-	-	5,14	3,41	-	4,43	6,16	3,07	6,15	5,84	5,69	11,14	3,44	6,56	1,00	5,05	6,22	5,86	5,86	6,33	6,34	103,84
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,25	0,33	-	-	-	1,86	1,09	-	3,17	6,94	2,93	2,25	1,66	1,81	6,36	1,26	0,84	-	0,75	1,88	3,84	4,94	2,97	2,86	47,99
	OUTROS	48,20	-0,33	89,90	-	60,80	41,10	53,50	45,50	51,50	62,10	19,30	79,40	41,30	26,60	70,70	58,40	45,60	64,90	24,30	74,40	48,90	20,80	74,60	50,00	1.151,47
	PATROCINIO	0,40	-	-	-	-	-	-	-	0,60	0,70	1,10	-	0,30	0,40	0,60	1,20	1,60	0,50	-	0,70	0,60	0,60	0,30	0,40	10,00
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,00	-	-	-	-	-	0,90	-	4,60	9,50	4,30	1,40	-	0,40	2,50	-	-	0,80	0,70	2,10	2,10	3,80	3,10	0,80	39,00
TELEVENIDAS	-	-	-	90,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90,60
	Total	57,00	-	89,90	90,60	60,80	48,10	58,90	45,50	64,30	85,40	30,70	89,20	49,10	34,90	91,30	64,30	54,60	67,20	30,80	85,30	61,30	36,00	87,90	60,40	1.443,50
23-10-2006 Segunda-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	4,24	1,52	-	-	2,52	5,56	5,70	5,82	11,35	0,40	5,87	11,32	-	12,41	-	13,75	-	5,77	6,21	6,10	6,36	6,37	5,95	122,57	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,16	0,08	-	-	0,18	1,64	3,00	1,08	1,65	3,65	-	1,73	2,38	0,17	3,49	1,58	1,65	0,33	0,83	2,09	2,60	3,24	3,03	1,95	36,71
	OUTROS	6,00	96,80	16,50	23,50	56,90	23,70	78,20	27,50	35,70	69,20	42,70	63,70	45,90	26,03	74,40	60,02	28,40	77,57	51,20	51,80	0,10	63,10	60,80	72,20	1.151,92
	PATROCINIO	-	0,40	0,40	-	-	-	0,10	-	-	0,20	-	0,20	1,30	0,40	0,60	0,10	0,80	0,10	0,10	1,10	0,10	0,30	-	0,50	6,60
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	-	-	-	-	-	1,70	-	0,70	1,30	4,20	1,00	1,10	4,80	1,00	3,50	2,10	1,70	1,50	1,60	1,80	1,80	2,20	3,20	35,70
	TELEVENIDAS	-	-	-	90,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Total	10,40	98,80	16,90	114,10	59,60	30,90	88,70	35,10	44,00	88,60	44,10	72,60	65,70	27,60	94,60	63,80	46,30	78,50	59,30	62,80	10,70	74,80	72,40	83,80	1.444,10
24-10-2006 Terça-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,20
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	7,00	0,23	-	-	0,88	7,37	5,59	6,66	5,67	12,03	0,40	5,90	12,00	-	12,38	-	12,18	-	5,34	5,27	7,77	7,03	4,93	11,54	130,17
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	0,37	-	-	1,72	0,53	2,61	1,74	0,83	1,97	-	2,10	2,50	-	3,92	0,76	1,82	0,58	1,56	2,93	1,53	4,07	3,57	1,36	36,47
	OUTROS	43,50	34,10	-	25,90	52,60	27,30	77,40	25,80	42,30	74,20	33,00	65,40	42,90	28,80	74,40	62,94	27,60	77,62	49,20	52,20	42,30	25,40	78,70	46,80	1.110,36
	PATROCINIO	0,60	0,50	-	0,30	-	-	0,10	-	0,70	0,80	-	0,20	1,20	0,20	0,40	0,80	0,80	0,10	0,40	0,80	0,10	0,20	-	0,20	7,40
	PROMOÇÃO PROGRAMA	4,20	2,60	-	0,80	-	-	3,00	0,70	2,50	2,70	0,40	0,80	3,60	-	3,60	0,80	3,00	0,50	1,10	0,80	1,90	1,60	3,10	1,20	38,90
TELEVENIDAS	-	-	-	120,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120,50
	Total	55,30	37,80	-	147,50	55,20	35,20	88,70	34,90	52,00	91,70	33,80	74,40	62,20	29,00	94,70	64,50	45,40	78,80	57,60	62,00	53,50	38,80	90,50	61,50	1.445,00
25-10-2006 Quarta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,60	0,60	-	-	-	-	-	-	-	-	1,20
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	0,82	-	-	1,08	6,85	5,64	6,27	6,24	11,01	0,40	6,19	4,95	7,47	6,24	5,40	12,67	0,32	4,01	6,56	6,81	6,06	-	6,85	111,84
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	2,60	0,08	-	-	1,22	0,65	2,16	1,33	1,76	1,99	-	3,01	2,75	0,53	3,36	1,70	2,03	0,08	2,99	1,94	2,19	2,34	-	2,95	37,66
	OUTROS	-2,60	81,40	-	22,30	53,90	26,80	75,40	29,20	31,10	69,70	45,70	61,20	62,40	28,40	71,70	44,20	27,10	77,00	47,30	50,30	0,20	75,90	-	133,30	1.111,90
	PATROCINIO	-	-	-	-	-	-	0,30	-	0,20	0,70	-	0,20	0,50	0,50	0,60	0,90	0,10	0,40	0,90	0,40	0,30	-	0,50	-	6,50
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	-	-	-	-	-	3,20	1,40	1,90	4,10	0,90	1,10	3,50	0,30	3,00	5,70	2,90	0,50	1,90	2,90	0,90	1,60	-	3,60	39,40
TELEVENIDAS	-	-	-	135,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	135,50
	Total	-	82,30	-	157,80	56,20	34,30	86,70	38,20	41,20	87,50	47,00	71,70	74,10	36,70	85,40	58,20	45,60	78,00	56,60	62,60	10,50	86,20	-	147,20	1.444,00
26-10-2006 Quinta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,60	0,60	-	-	-	-	-	-	-	-	0,60
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	12,72	1,80	-	-	2,00	5,59	5,63	6,75	5,91	11,48	0,40	6,02	6,37	12,49	6,04	-	13,11	0,22	12,11	-	-	7,01	7,36	6,29	136,15
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,68	-	-	-	-	2,11	2,57	2,05	1,19	5,02	-	1,08	1,73	1,91	0,86	0,98	2,79	0,08	3,99	0,17	3,09	3,54	2,91	1,25	38,00
	OUTROS	25,30	60,50	-	25,90	56,10	24,60	76,30	26,80	40,50	72,60	29,70	63,80	60,70	29,30	62,00	63,22	23,00	78,80	30,70	54,83	40,90	62,00	40,70	64,70	1.112,95
	PATROCINIO	0,90	0,50	-	-	-	0,50	-	0,50	0,70	0,90	-	0,50	1,40	-	0,70	0,10	1,20	0,10	1,10	0,20	0,10	0,40	0,50	0,50	10,30
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,80	2,20	-	-	-	-	3,70	0,80	3,00	4,40	0,40	2,50	1,20	-	0,80	1,80	2,60	0,50	2,50	-	1,00	2,30	2,40	3,30	39,20
TELEVENIDAS	-	-	-	105,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105,60
	Total	44,00	65,00	-	131,50	58,10	32,30	88,70	36,40	51,30	94,40	30,50	73,90	71,40	43,70	71,00	66,70	42,70	79,70	50,40	55,20	52,10	75,60	52,80	77,20	1.444,60
27-10-2006 Sexta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,60	0,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,60	0,60	-	-	-	-	-	-	-	-	1,80
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	4,99	1,52	-	-	-	8,15	5,46	6,24	6,28	11,62	0,40	6,12	12,82	-	12,43	-	14,39	0,32	5,02	11,05	-	4,17	9,04	6,25	128,00
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,01	0,08	0,08	-	2,50	0,25	2,84	2,36	2,12	4,28	-	1,58	3,18	-	4,17	1,48	2,51	-	1,17	5,43	0,86	0,45	41,93		
	OUTROS	43,80	21,20	-0,08	23,20	50,70	28,70	78,10	24,30	44,00	73,20	29,70	64,50	44,90	16,40	83,00	61,12	37,20	77,00	47,30	50,30	0,20	74,80	0,10	107,10	1.091,27
	PATROCINIO	0,50	0,70	-	-	-	-	0,50	-	0,50	0,90	-	0,20	1,80	0,20	1,30	0,50	0,40	0,40	0,20	0,10	0,40	0,10	0,40	0,10	10,40
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,40	3,30	-	-	-	-	2,20	-	1,80	3,60	0,40	0,80	3,60	-	3,20	2,00	0,90	-	2,80	0,80	1,40	-	-	-	35,30
TELEVENIDAS	-	-	-	135,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	135,50
	Total	54,30	27,40	-	158,70	53,20	37,10	89,10	32,90	54,70	93,60	30,50	73,20	66,30	16,60	104,10	65,10	56,00	79,70	50,40	55,20	52,10	75,60	52,80	77,20	1.444,20
28-10-2006 Sábado	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	6,31	1,50	0,40	-	2,30	4,14	2,80	-	10,89	5,85	-	5,99	5,71	6,06	6,12	12,47	6,27	-	12,18	-	6,18	6,03	6,65	5,90	113,75
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,69	-	-	-	-																				

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Outubro de 2006

Data	Descrição (*)	Unidades de Hora																						Minutos		
		2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29		0:30-1:29	1:30-2:29
31-10-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,08	2,00	-	-	1,82	6,48	5,81	6,07	6,60	12,35	0,30	6,57	12,75	-	12,08	6,49	-	5,86	5,57	5,74	5,10	5,79	6,22	7,94	126,62
Terça-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,22	-	-	-	1,38	0,22	1,29	1,43	1,30	3,05	-	1,73	2,75	0,08	2,52	1,01	0,08	1,04	1,03	1,46	3,80	3,71	2,08	2,06	32,24
	OUTROS	52,00	0,20	62,40	24,00	53,20	54,60	24,20	52,40	43,70	71,80	33,70	64,80	50,40	19,62	67,80	46,30	48,82	33,60	52,90	66,70	50,70	70,40	22,70	73,70	1.140,64
	PATROCÍNIO	1,20	0,40	0,10	-	-	0,10	-	0,30	0,10	0,20	-	0,10	1,40	0,10	1,50	1,20	0,10	1,10	0,80	1,00	1,00	1,10	0,50	1,10	13,40
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,30	0,50	-	-	-	1,50	0,30	1,60	1,50	3,70	0,40	0,50	4,20	-	5,70	2,50	-	0,30	2,40	1,10	0,80	4,20	3,10	4,50	40,10
	TELEVENDAS	-	-	-	90,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Total	59,80	3,10	62,50	114,50	56,40	62,90	31,60	61,80	53,20	91,10	34,40	73,70	71,50	19,80	89,60	57,50	49,00	41,90	62,70	76,00	61,40	85,20	34,60	89,30	1.443,50

Situações de blocos de espaço publicitário que ultrapassam seis minutos em cada unidade de hora
 Situações de blocos de espaço publicitário que ultrapassam doze minutos em cada unidade de hora

Notas:

Fonte: Telereport (base de dados de programa da Mediamonitor)

Colunas: Data: Data de emissão

Descrição: Tipos de programas agregados pelas seguintes classes:

Auto promoção Estação, Patrocínio, Promoção Programa e Televendas - Tipologia Telereport

Espaço comercial (Não institucional) - Apurado por diferença entre tipologia de "Espaço Comercial" do Telereport e a rubrica seguinte

Espaço comercial (Institucional) - Apurado por cross-matching entre Telereport e base dados de publicidade institucional (Gmedia)

Outros - Outros programas (residual). Os eventuais valores negativos (imateriais) apresentados nesta classe resultam do processo de cross matching entre Telereport e Gmedia

Unidades de Hora: Unidades de hora com início na hora de abertura da emissão (02:30)

Comentários "Call outs": Com o objectivo de destacar as situações mais significativas, em cada mês são apresentados comentários "call outs" para os cinco maiores valores de duração de publicidade por unidade de hora

Nestes call outs, de forma sintética, é apresentada a seguinte informação: (i) N° de blocos publicitários transmitidos, hora de início e sua duração, (ii) Identificação do(s) programa(s) interrompidos ou intercalados

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Setembro de 2006

Unidades de Hora

Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos	
01-09-2006 Sexta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	0,80	-	0,90	0,60	-	-	0,60	0,90	-	0,90	-	-	-	-	-	-	-	-	4,70	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	0,88	-	-	-	4,16	2,46	3,44	2,70	8,63	0,20	3,51	11,18	1,82	0,36	1,94	-	4,81	3,77	5,22	3,85	-	-	6,30	5,69	70,91	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,92	0,08	-	-	0,54	1,04	1,36	0,50	2,48	-	1,29	1,52	3,38	0,74	0,66	0,66	0,99	0,33	1,48	1,85	0,17	1,20	0,91	22,10		
	OUTROS	31,50	46,72	-	24,50	55,60	55,10	54,40	40,90	70,50	41,80	68,60	50,80	56,10	20,80	57,50	64,04	49,80	53,10	61,40	50,00	58,23	41,90	82,50	1.135,79		
	PATROCÍNIO	0,10	-	-	-	0,10	0,10	0,40	1,00	0,40	1,00	0,40	1,80	0,50	0,90	0,90	0,70	0,60	0,40	-	0,50	0,20	-	-	-	8,50	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	-	-	-	0,20	1,20	3,20	2,50	4,40	0,40	2,40	2,90	1,50	1,00	4,90	-	3,40	1,40	1,70	0,80	-	2,20	2,40	36,50		
	TELEVENDAS	-	-	-	165,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	165,60	
Total		33,30	46,80	-	-	190,10	60,50	60,70	62,50	47,90	87,60	42,40	76,20	68,80	64,20	23,80	66,80	65,40	59,60	59,00	69,80	57,00	58,60	51,60	91,50	1.444,10	
02-09-2006 Sábado	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	0,60	0,60	0,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,00	1,00	3,80	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	6,50	0,70	-	-	0,88	2,00	1,22	2,08	2,55	-	5,21	11,64	-	3,84	3,53	7,06	-	6,78	1,79	-	4,78	5,85	5,84	72,25		
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	1,02	4,10	2,78	2,82	1,25	-	2,09	3,06	0,17	1,96	2,57	5,04	-	1,02	3,21	-	3,02	1,75	1,16	37,02		
	OUTROS	31,40	59,60	45,10	20,30	56,40	58,30	44,80	51,90	46,20	50,10	64,70	50,70	25,03	54,60	61,30	62,10	43,60	66,90	49,30	76,00	0,20	58,20	91,10	1.167,83		
	PATROCÍNIO	0,20	0,10	-	-	-	-	-	0,50	0,40	-	0,20	0,50	0,20	0,10	-	0,10	-	0,80	-	0,30	0,10	-	-	-	3,50	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	3,40	2,00	1,00	-	1,00	3,00	2,90	1,00	1,70	0,30	1,80	4,80	-	1,80	1,40	1,90	0,50	3,40	1,20	-	1,50	2,40	2,70	39,70		
	TELEVENDAS	-	-	-	120,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120,60	
Total		41,50	62,40	46,10	-	140,90	59,90	68,00	52,30	58,30	52,10	50,40	74,00	70,70	25,40	62,30	68,80	76,20	44,10	78,90	55,50	76,30	9,60	69,20	101,80	1.444,70	
03-09-2006 Domingo	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	1,10	0,60	2,10	0,90	2,30	-	-	0,50	-	2,80	0,50	-	-	-	1,00	-	-	1,30	0,80	2,60	16,50	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	-	-	-	0,50	2,23	4,43	5,01	3,10	5,60	12,17	12,17	5,51	5,78	2,26	3,11	3,45	5,57	6,74	70,25						
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,40	-	-	-	1,04	0,17	5,27	2,39	0,40	1,23	1,09	0,42	-	0,74	1,09	2,15	3,37	1,03	1,06	21,85						
	OUTROS	54,60	-	62,00	44,30	50,40	46,40	83,20	22,80	51,00	60,80	44,50	81,00	42,60	42,50	45,80	45,10	64,50	35,80	56,40	81,20	29,90	72,40	1.117,20			
	PATROCÍNIO	-	-	-	-	-	-	0,10	0,30	-	0,10	-	0,10	-	0,20	-	0,30	0,20	-	0,30	0,20	-	-	-	-	1,30	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,40	-	-	1,20	1,40	2,00	2,30	5,30	0,30	1,80	1,20	2,30	1,90	2,10	1,30	0,50	2,00	1,50	1,50	2,50	0,30	3,10	34,90			
	TELEVENDAS	-	-	-	180,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,60	
Total		55,40	62,40	46,10	-	180,60	62,00	46,60	52,90	52,90	88,90	40,40	51,30	70,00	49,80	88,90	60,80	51,70	53,50	45,60	69,50	42,80	63,70	91,80	37,60	85,90	1.442,60
04-09-2006 Segunda-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	1,30	-	-	-	1,00	0,50	-	0,90	-	-	-	0,50	-	0,90	-	-	0,50	-	-	-	-	-	-	-	5,60	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	0,14	-	-	0,40	4,42	3,47	4,61	4,66	11,18	1,60	3,15	11,31	-	8,63	-	12,19	-	4,80	7,17	5,13	5,98	-	10,36	99,20		
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,16	0,25	-	0,58	2,13	0,59	0,64	1,82	0,25	3,29	0,25	0,57	2,00	0,41	0,40	1,13	1,77	2,12	-	2,64	22,00					
	OUTROS	34,10	-0,25	21,60	29,70	55,10	52,80	54,10	43,90	81,10	28,00	66,70	51,40	21,75	82,50	62,40	28,00	52,80	81,20	0,30	58,30	82,00	-	120,20	1.107,70		
	PATROCÍNIO	-	-	-	-	-	-	0,10	0,30	-	0,40	1,50	0,30	0,20	-	0,40	0,10	-	0,30	0,20	-	0,30	0,20	-	-	0,10	3,90
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,20	-	-	0,20	1,50	1,50	0,60	2,80	0,70	2,70	2,10	1,80	1,30	1,80	1,30	0,70	0,50	2,00	0,30	1,50	1,20	1,40	24,00			
	TELEVENDAS	-	-	-	180,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,60	
Total		37,90	70,70	125,80	30,10	60,30	60,90	61,30	49,90	98,10	30,30	73,20	70,10	22,30	94,60	65,70	42,20	53,40	88,40	9,20	66,90	91,30	134,70	101,90	1.443,00		
05-09-2006 Terça-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	0,90	0,50	0,80	-	1,00	-	-	0,90	-	1,80	-	-	-	0,50	-	-	-	0,90	1,00	2,60	10,90	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,80	1,33	-	1,50	3,69	2,31	4,11	3,46	11,93	0,30	3,14	12,30	-	10,10	-	9,24	-	3,27	4,80	4,29	6,53	6,90	12,32	107,32		
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	0,57	-	0,50	0,21	1,09	0,59	0,34	1,67	-	0,66	1,40	0,25	2,40	0,67	0,56	0,08	0,33	1,60	2,11	2,67	1,50	1,58	20,78		
	OUTROS	35,20	52,20	25,90	54,20	28,30	55,90	57,70	28,80	93,20	31,40	65,70	48,90	23,75	78,40	66,33	29,70	50,72	45,40	57,40	54,40	45,20	41,50	81,50	1.151,70		
	PATROCÍNIO	0,20	0,10	-	-	-	-	0,30	0,70	-	0,30	1,90	0,30	0,10	-	0,60	0,10	0,30	0,70	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	7,20		
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,50	1,20	-	0,20	0,70	0,70	1,60	1,60	0,40	1,60	3,90	-	2,50	0,70	2,10	1,20	0,50	1,60	2,00	0,70	1,20	1,20	3,50	31,10		
	TELEVENDAS	-	15,30	-	99,90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	115,20	
Total		43,70	70,70	125,80	30,10	60,30	60,90	61,30	49,90	98,10	30,30	73,20	70,10	22,30	94,60	65,70	42,20	53,40	88,40	9,20	66,90	91,30	134,70	101,90	1.443,00		
06-09-2006 Quarta-Feira	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	1,70	-	-	-	-	-	1,40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,90	0,90	4,90	
	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	2,30	-	1,67	5,27	4,05	4,54	2,96	5,27	5,93	5,04	11,71	-	10,94	0,27	4,81	1,47	12,39	5,82	-	6,07	6,00	8,44	104,95		
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,33	-	0,83	0,53	1,05	0,76	0,64	0,83	1,17	0,66	2,09	0,25	1,56	0,33	2,71	1,78	-	2,73	1,30	2,06	2,73	1,30	2,06	23,53		
	OUTROS	-0,33	77,50	21,60	54,80	27,00	81,60	29,70	39,10	91,50	23,40	63,00	55,10	20,65	66,70	51,40	54,50	51,30	64,40	55,20	50,00	31,70	78,70	45,00	1.133,52		
	PATROCÍNIO	-	0,30	-	-	0,80	-	0,40	-	0,40	-	0,30	1,60	0,30	0,30	0,30	1,00	0,40									

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Setembro de 2006		Unidades de Hora																									
Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos	
	PATROCÍNIO	-	0,30	0,30	-	-	0,40	-	-	-	-	0,80	2,00	0,50	0,40	-	0,60	0,30	0,10	0,60	0,40	1,20	-	1,20	-	9,10	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	-	2,40	1,40	1,10	-	2,20	-	-	-	-	0,20	-	1,70	2,70	-	3,00	2,50	1,90	1,70	1,60	3,40	-	2,50	0,10	28,40	
	TELEVENIDAS	-	-	-	75,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75,60	
	Total	42,10	34,90	85,60	76,70	59,70	61,30	-	158,00	-	132,50	63,60	62,90	60,10	36,30	84,10	63,40	30,30	71,20	45,60	87,40	31,40	95,00	60,20	1,442,30		
11-09-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	-	0,92	-	-	5,02	-	4,75	4,98	3,96	5,90	5,38	10,64	8,50	-	8,50	-	10,15	-	11,99	-	5,92	6,00	-	6,47	95,50	
Segunda-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	1,84	0,08	0,08	-	1,38	-	1,75	0,42	0,98	2,84	-	0,42	2,86	-	1,20	-	2,55	-	2,81	0,16	2,28	1,20	-	1,73	24,58	
	OUTROS	19,76	62,10	58,92	94,50	51,90	32,10	51,20	57,10	46,10	79,00	25,70	64,00	54,20	19,70	79,50	40,10	67,50	32,00	72,80	3,54	63,60	63,40	77,00	61,40	1.277,12	
	PATROCÍNIO	-	-	0,80	-	-	-	0,30	-	0,30	0,60	-	0,50	1,80	0,20	0,60	-	1,30	-	0,60	0,30	0,60	0,60	-	0,30	8,80	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,20	0,20	0,20	-	0,30	-	2,00	1,50	1,90	1,90	2,70	2,50	5,70	-	4,10	-	4,50	1,10	1,70	0,60	2,10	2,60	-	1,00	36,80	
	Total	21,80	63,30	60,00	94,50	58,60	32,10	60,00	64,00	54,20	88,30	34,30	72,80	75,20	19,90	93,90	40,10	86,00	33,10	89,90	4,60	74,50	73,80	77,00	60,20	1.442,80	
12-09-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	0,30	0,20	0,30	-	-	0,20	0,20	-	0,20	0,30	0,20	0,20	0,30	-	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	-	-	-	-	-	3,20	
Terça-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	9,10	0,50	0,30	-	0,67	6,00	8,23	0,20	7,08	5,20	-	5,41	10,57	-	10,38	4,53	-	5,36	5,07	5,61	5,73	11,91	4,40	0,07	106,32	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	1,13	-	1,37	-	2,22	2,50	-	1,09	2,13	-	3,22	3,27	0,33	1,04	1,03	2,49	3,07	4,49	2,00	0,33	31,71	
	OUTROS	45,50	31,90	45,80	23,90	53,20	26,60	75,60	29,50	76,60	25,70	50,60	64,80	49,40	20,80	74,30	42,00	40,17	34,10	52,70	66,60	55,40	62,70	44,90	63,90	1.156,67	
	PATROCÍNIO	0,80	0,70	0,40	-	0,30	0,30	1,50	0,20	1,00	1,30	-	1,00	2,00	0,20	1,60	1,10	0,30	1,10	0,50	0,60	0,50	-	0,60	0,30	16,30	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,50	1,00	1,90	-	0,70	1,20	2,90	1,30	2,30	3,70	0,80	2,10	5,50	-	4,50	3,60	5,80	0,50	3,10	0,30	3,20	2,00	5,10	-	54,00	
	TELEVENIDAS	-	-	-	75,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75,60	
	Total	58,20	34,30	48,70	99,50	56,00	34,30	89,80	31,20	89,40	38,70	51,60	74,60	69,90	21,00	94,20	54,70	46,80	42,30	62,40	75,60	67,90	81,10	57,00	64,60	1.443,80	
13-09-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,50	
Quarta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,22	-	-	-	1,22	6,30	5,49	5,63	1,24	11,65	0,40	5,84	10,94	-	8,37	-	12,29	0,57	11,16	-	13,36	5,85	5,49	1,94	110,87	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	0,08	-	-	0,98	0,40	2,01	0,67	3,06	2,15	-	1,26	3,46	-	1,53	1,86	2,10	0,33	2,64	2,16	4,74	3,35	1,61	0,16	32,63	
	OUTROS	45,00	-0,08	-	22,40	54,50	27,20	50,70	52,20	74,20	45,60	32,10	65,30	47,50	21,70	82,30	64,74	25,80	73,50	47	4	4	0	37,50	68,70	1.079,30	
	PATROCÍNIO	0,90	-	-	-	-	-	0,40	0,60	0,70	0,80	-	0,80	1,10	0,20	0,50	0,30	0,80	0,10	0	0	0	0	0,30	0,50	10,10	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,70	-	-	-	0,20	-	1,60	1,90	3,80	3,60	0,30	1,70	3,90	-	3,50	0,80	2,90	0,50	2	3	0	2,90	3,10	-	44,90	
	TELEVENIDAS	-	-	-	165,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	4	0	2,90	3,10	-	165,50	
	Total	51,90	-	-	187,90	56,90	33,90	60,20	61,00	83,00	63,80	32,80	74,90	66,90	21,90	96,70	67,70	43,80	75,00	64,30	54,50	66,00	58,40	47,80	74,40	1.443,80	
14-09-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	1,24	0,30	-	-	0,70	5,11	4,20	3,61	3,83	9,61	0,40	5,31	10,58	-	9,32	5,55	5,97	5,87	0,30	6,05	11,88	6,44	5,88	2,72	104,87	
Quinta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,16	-	-	-	-	1,59	1,40	0,59	1,57	3,99	-	1,09	2,32	0,17	1,68	1,75	1,93	0,33	-	2,65	3,92	1,06	2,42	0,08	28,70	
	OUTROS	39,90	18,90	23,50	58,80	24,50	82,40	27,20	40,50	69,90	40,40	62,90	46,10	23,93	82,40	60,40	39,10	60,70	61,00	0,40	86,00	32,50	68,20	56,80	1,106,43		
	PATROCÍNIO	0,40	0,40	-	-	-	-	-	0,20	0,60	0,60	-	0,50	1,30	0,20	0,50	0,10	0,60	0,10	-	0,40	0,90	0,30	0,20	0,50	7,20	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,80	1,70	-	-	0,20	-	2,10	0,60	2,70	3,90	0,90	2,10	4,90	-	4,90	3,00	2,20	1,50	-	1,60	4,50	3,30	1,80	1,40	46,10	
	TELEVENIDAS	-	-	-	150,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150,50	
	Total	44,50	21,30	-	174,00	59,70	31,20	90,10	32,00	48,80	88,00	41,70	71,90	65,20	24,30	98,80	70,80	49,80	68,50	61,30	110,20	107,20	43,60	78,50	61,50	1.443,80	
15-09-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	1,02	-	-	-	0,55	4,42	3,14	4,60	6,12	5,33	0,40	6,03	5,06	4,75	9,32	-	14,30	5,81	0,22	5,87	4,60	13,87	5,85	1,54	102,80	
Sexta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,08	-	-	-	0,25	1,38	2,76	1,10	2,78	1,47	-	0,17	1,54	0,55	1,38	2,95	1,50	0,49	0,08	3,13	3,10	2,63	1,55	0,26	29,15	
	OUTROS	47,60	-	24,20	57,40	26,00	81,70	28,70	65,30	44,00	43,10	66,10	50,70	37,90	1,38	2,95	1,50	0,49	0,08	3,13	3,10	2,63	1,55	0,26	29,15		
	PATROCÍNIO	0,30	-	-	-	-	-	0,70	0,20	0,20	0,20	-	1,00	0,20	0,20	1,00	0,20	0,10	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,30	7,10	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,50	-	-	0,20	-	2,40	0,40	4,30	1,70	0,40	0,40	1,90	2,00	1,80	2,00	1,80	2,00	0,40	0,40	2,90	2,90	2,90	2,90	2,90	41,00	
	TELEVENIDAS	-	-	-	165,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	165,60	
	Total	50,50	-	-	189,80	58,40	31,80	90,00	34,80	79,20	52,70	43,90	74,40	60,30	45,20	80,60	62,30	63,70	64,60	39,90	36,80	99,90	55,90	61,10	68,00	1.444,30	
16-09-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,50	
Sábado	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	1,40	0,50	-	-	0,55	0,85	1,92	4,49	4,10	-	-	6,07	11,74	5,83	6,03	5,83	5,30	0,80	-	11,67	-	5,97	5,88	6,00	5,46	90,39
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	-	-	-	-	0,25	0,75	0,78	2,61	-	0,16	-	3,13	0,56	0,17	1,17	0,67	-	-	0,83	-	2,83	2,62	1,90	1,14	19,57	
	OUTROS	54,20	44,90	-																							

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 2 - ANÁLISES GLOBAIS RELATIVAS À AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS MISSÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CONSTANTES NOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

ANEXO 2 - ANÁLISE MENSAL EM FUNÇÃO DOS BLOCOS DE ESPAÇO DE PUBLICIDADE COMERCIAL EM CADA UNIDADE DE HORA (EM MINUTOS)

Setembro de 2006

Unidades de Hora

Data	Descrição (*)	2:30-3:29	3:30-4:29	4:30-5:29	5:30-6:29	6:30-7:29	7:30-8:29	8:30-9:29	9:30-10:29	10:30-11:29	11:30-12:29	12:30-13:29	13:30-14:29	14:30-15:29	15:30-16:29	16:30-17:29	17:30-18:29	18:30-19:29	19:30-20:29	20:30-21:29	21:30-22:29	22:30-23:29	23:30-0:29	0:30-1:29	1:30-2:29	Minutos	
	PATROCÍNIO	0,30	0,30	-	0,60	-	-	-	-	0,30	0,10	-	0,10	1,00	0,10	0,30	-	0,30	0,10	0,30	0,80	-	-	-	0,10	4,70	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	2,70	2,10	-	3,90	-	-	0,60	1,50	2,80	3,20	0,30	1,60	3,00	-	4,20	2,00	0,60	0,50	0,30	2,20	2,00	1,40	1,40	1,60	37,90	
	TELEVENIDAS	-	-	-	105,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105,50	
	Total	16,40	90,10	-	134,00	30,20	60,10	60,20	63,10	40,80	103,70	33,00	70,40	62,50	25,40	101,90	70,60	41,70	49,00	76,90	69,40	29,30	89,00	49,90	76,70	1.444,30	
21-09-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	6,25	-	-	-	-	6,75	5,66	5,81	5,35	11,50	0,30	6,16	11,57	-	11,86	5,74	5,87	-	6,04	6,12	5,80	6,38	5,99	5,84	118,99	
Quinta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,75	0,25	-	-	1,67	1,55	1,14	1,59	1,45	3,70	-	2,44	2,23	0,08	2,74	2,26	0,83	0,42	0,66	3,08	3,40	2,62	2,21	2,56	37,63	
	OUTROS	42,60	29,75	-	24,00	54,53	26,60	52,00	79,20	46,00	33,20	41,90	59,50	47,90	20,72	78,30	58,30	40,80	39,88	53,60	50,50	35,40	81,20	60,50	49,60	1.105,98	
	PATROCÍNIO	0,20	0,10	-	-	-	-	-	-	0,30	0,70	-	0,10	1,10	0,10	0,60	-	0,30	0,50	-	0,40	0,30	-	0,40	0,40	5,50	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	0,30	-	-	-	-	-	1,80	2,20	4,00	2,40	0,40	1,90	6,90	-	6,00	2,40	2,90	1,20	0,30	1,30	0,30	1,40	2,50	2,10	40,30	
	TELEVENIDAS	-	-	-	135,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	135,50	
	Total	50,10	30,10	-	159,50	56,20	34,90	60,60	88,80	57,10	51,50	42,60	70,10	69,70	20,90	99,50	68,70	50,70	42,00	60,60	61,40	45,20	91,60	71,60	60,50	1.443,90	
22-09-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,51	1,90	-	-	1,49	6,60	5,42	6,04	5,88	11,78	0,40	6,22	11,80	-	12,08	6,16	5,68	-	6,27	5,61	5,49	6,36	6,08	9,98	126,75	
Sexta-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,69	-	-	-	1,51	1,10	1,58	1,76	1,62	1,82	-	1,58	2,40	0,08	2,52	2,34	1,32	0,08	0,83	3,19	2,11	4,04	1,22	1,82	33,61	
	OUTROS	12,20	59,40	-	22,50	54,10	26,20	51,60	54,10	33,60	81,80	34,20	64,00	53,10	17,02	77,40	61,50	30,60	49,42	63,80	37,40	44,50	51,20	76,10	50,40	1.106,14	
	PATROCÍNIO	0,40	0,10	-	-	-	-	-	-	0,30	0,50	-	0,10	0,60	0,10	0,30	-	0,40	0,10	0,10	0,90	1,10	0,30	-	0,70	6,00	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,60	-	-	-	-	-	1,80	1,50	2,00	2,70	0,40	2,20	4,50	-	4,20	0,80	2,50	0,50	0,30	1,80	1,80	2,00	4,40	36,80		
	TELEVENIDAS	-	-	-	135,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	135,60	
	Total	20,40	61,40	-	158,10	57,10	33,90	60,40	63,40	43,40	98,60	35,00	74,10	72,40	17,20	96,50	70,80	40,50	50,10	71,30	48,90	55,00	63,70	85,40	67,30	1.444,90	
23-09-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	3,68	-	-	-	-	2,61	2,61	6,03	6,10	5,08	-	6,14	5,38	6,26	6,02	12,30	5,37	-	5,93	6,10	-	3,28	9,90	5,97	98,76	
Sábado	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,32	0,52	-	-	1,34	2,09	1,29	1,97	2,70	1,52	0,34	3,76	3,42	0,84	0,08	3,90	1,83	-	1,17	1,60	-	6,12	9,90	0,93	35,74	
	OUTROS	50,50	-0,52	-	56,86	47,50	51,30	47,70	52,40	39,70	44,06	64,00	60,30	25,70	75,50	33,90	35,90	51,30	66,60	29,20	78,50	54,70	57,50	51,90	1.074,50		
	PATROCÍNIO	0,80	-	-	-	0,50	0,30	0,10	0,40	0,60	0,40	0,20	0,60	0,50	0,80	0,40	0,90	0,10	0,40	-	0,40	-	0,10	0,60	0,10	8,20	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	4,30	-	-	1,40	2,80	2,40	2,80	3,00	3,10	0,30	0,30	2,10	4,10	0,70	3,70	2,20	2,70	0,50	0,60	1,90	-	4,10	1,60	1,50	45,80	
	TELEVENIDAS	-	-	-	180,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,60	
	Total	59,60	-	-	180,60	59,60	55,50	57,90	58,60	64,60	50,00	45,10	76,20	73,80	34,00	86,10	52,70	46,70	51,90	74,70	38,80	78,90	68,30	69,60	60,40	1.443,60	
24-09-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	1,00	-	-	0,50	-	-	-	-	-	-	0,50	-	-	-	-	-	-	2,00	
Domingo	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	5,62	6,30	-	-	-	0,72	-	3,87	4,72	11,18	-	5,95	6,08	12,59	6,88	6,06	5,50	6,05	6,15	12,28	6,33	-	6,06	-	112,26	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,68	-	-	-	-	3,68	-	0,43	2,78	3,12	-	3,15	1,52	5,11	1,69	1,24	1,10	0,75	1,35	5,90	0,77	-	1,84	35,93		
	OUTROS	8,10	69,40	-	61,10	50,50	34,30	48,90	45,40	77,50	28,90	48,50	63,90	40,60	66,41	0,10	106,10	20,70	53,60	31,80	82,30	39,70	41,20	85,90	1.104,91		
	PATROCÍNIO	0,30	0,40	-	-	-	-	0,70	0,30	0,80	-	0,10	0,50	0,70	0,70	0,70	0,40	0,70	-	0,70	0,30	0,30	-	0,30	-	8,20	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,60	1,50	-	-	2,70	-	5,30	2,00	1,90	1,10	1,90	2,10	2,90	0,80	0,80	2,00	2,30	0,30	2,50	2,10	1,10	-	1,10	-	36,00	
	TELEVENIDAS	-	-	-	143,80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	143,80	
	Total	16,30	77,60	-	143,80	61,10	57,60	34,30	60,20	55,20	94,50	30,50	59,60	74,10	61,90	69,60	9,30	115,80	30,80	60,70	42,50	103,10	48,20	41,50	94,90	1.443,10	
25-09-2006	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	2,80	-	-	-	-	7,70	5,33	5,67	4,14	9,79	0,32	12,49	5,26	5,88	5,40	-	-	2,12	1,99	13,41	0,80	11,55	-	5,90	108,53	
Segunda-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	2,80	0,08	-	-	2,18	1,00	2,37	0,83	1,36	4,11	0,08	3,81	1,14	2,92	0,50	-	-	-	-	3,55	0,17	1,60	3,21	-	1,10	36,92
	OUTROS	30,90	-0,08	-	22,20	53,82	54,50	21,80	55,20	36,20	84,00	30,70	63,80	52,70	54,00	41,90	77,30	46,60	55,43	4,10	65,40	78,90	67,80	1.085,35			
	PATROCÍNIO	-	-	-	-	-	0,30	0,40	0,40	0,90	0,10	0,30	0,90	0,10	0,30	0,10	0,30	-	0,90	0,20	0,30	-	0,30	-	0,10	5,90	
	PROMOÇÃO PROGRAMA	1,10	-	-	0,30	0,30	0,90	0,80	1,90	3,40	0,40	2,60	2,20	2,20	1,90	2,20	1,90	0,50	1,30	0,90	0,70	1,80	-	-	-	26,70	
	TELEVENIDAS	-	-	-	180,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	180,60	
	Total	37,60	-	-	202,80	56,30	63,50	30,70	62,90	44,00	102,20	31,60	83,00	62,20	65,10	50,00	00,00	42,90	78,70	63,00	57,40	12,50	76,80	78,90	75,00	1.444,00	
26-09-2006	AUTO PROMOÇÃO ESTAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,00	
Terça-Feira	ESPAÇO COMERCIAL (Não Institucional)	12,07	1,02	-	-	0,98	6,47	4,61	6,35	3,77	5,53	5,62	12,00	4,77	-	12,01	5,49	0,45	4,66	5,52	5,64	5,08	5,12	12,26	0,72	120,14	
	ESPAÇO COMERCIAL (Institucional)	0,83	0,08	-	-	0,92	2,43	2,49	0,65	1,03	3,17	1,08	3,80	0,83	-	4,59	1,81	0,75	0,54	2,28	3,76	3,12	5,28	5,24	0,08	44,76	
	OUTROS	44,10	20,70																								

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 3

ANÁLISES QUANTITATIVAS RELATIVAS AO APURAMENTO DOS RESULTADOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO, RESPECTIVA INDEMNIZAÇÃO COMPENSATÓRIA E OUTROS FINANCIAMENTOS

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 3 - ANÁLISES QUANTITATIVAS RELATIVAS AO APURAMENTO DOS RESULTADOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO, RESPECTIVA INDEMNIZAÇÃO COMPENSATÓRIA E OUTROS FINANCIAMENTOS

ÍNDICE

I – FONTES DE INFORMAÇÃO

1.1 Documentação Analisada

1.2 Reuniões com os Serviços da RTP – Rádio e Televisão de Portugal, SA

II – TRABALHO DESENVOLVIDO

III – PRINCIPAIS CONCLUSÕES

ANEXOS

ANEXO 1 – Valores Orçamentados por Objectos de Custeio – Óptica RTP dos Contratos de Concessão

ANEXO 2 – Valores Reais por Objectos de Custeio – Óptica RTP dos Contratos de Concessão

ANEXO 3 – Desvios entre o Real e o Orçamento por Objectos de Custeio – Óptica RTP dos Contratos de Concessão

ANEXO 4 – Valores Orçamentados por Objectos de Custeio – Óptica POC

ANEXO 5 – Valores Reais por Objectos de Custeio – Óptica POC

ANEXO 6 – Desvios entre o Real e o Orçamento por Objectos de Custeio – Óptica POC

ANEXO 7.1 – Ajustamentos ao Resultado do SPT e Apuramento do Custo Líquido do SPT (BDO) – Custos Totais da RTP1 por Custeio Analítico

ANEXO 7.2 – Apuramento dos Custos do SPT e Apuramento da Indemnização Compensatória – RTP1 de Acordo com a Cláusula 15.ª I.1 do CCgSPT

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 3 - ANÁLISES QUANTITATIVAS RELATIVAS AO APURAMENTO DOS RESULTADOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO, RESPECTIVA INDEMNIZAÇÃO COMPENSATÓRIA E OUTROS FINANCIAMENTOS

I – FONTES DE INFORMAÇÃO

1.1. Documentação Analisada

- Relatório e contas da Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, SA (RTP SGPS) de 2005 e de 2006;
- Relatório e Contas da Impresa de 2006;
- Relatório e Contas da Media Capital de 2006;
- Plano de Actividades e Orçamento de Serviço Público (PAOSP) para 2006 e documentação relacionada;
- Contrato de Concessão Geral de Serviço Público de Televisão (CCgSPT), celebrado em 22 de Setembro de 2003, entre o Estado Português e a RTP SGPS;
- Aditamento ao CCgSPT, celebrado em 22 de Setembro de 2003, entre o Estado Português e a RTP SGPS;
- Contrato de Concessão Especial de Serviço Público de Televisão (CCeSPT), celebrado em 17 de Novembro de 2003, entre o Estado Português e a RTP SGPS;
- Acordo de Reestruturação Financeira (ARF), celebrado em 22 de Setembro de 2003, entre o Estado Português e a RTP SGPS;
- Relatório sobre o Cumprimento das Obrigações de Serviço Público (RCOSP) para 2006 e documentação relacionada;
- Parecer do Revisor Oficial de Contas (ROC) sobre o RCOSP;
- Relatório da Inspecção-Geral de Finanças (IGF) “*RTP SGPS, SA – Auditoria às contas do serviço público – 2006*”, incluindo o contraditório da RTP SGPS;
- Pasta de apoio à elaboração do RCOSP, preparada pelo Departamento de Controlo de Gestão e Reporting (DCGR);

- Informação da Portugal Telecom sobre o diferencial de cobertura, datada de 27 de Abril de 2007.

1.2 Ficheiros Base e Consultas Informáticas

- Consulta do sistema informático da RTP – Rádio e Televisão de Portugal, SA (RTP SA), nomeadamente as aplicações de Contabilidade Geral e Analítica (AS 400 e CPI Funções);
- Listagem analítica de Centros de Custo;
- Listagem analítica de Contas por Natureza e Empresa;
- Tabela relacional entre a contabilidade analítica e a contabilidade geral;
- Programas Exibidos em 2006 (informação relativa a duração, custo de exibição e proveitos da aplicação);
- Balancetes analíticos de custos, proveitos e imobilizações por centros de custo e código de natureza para a totalidade dos centros de custo e relativos ao período completo do exercício de 2006;
- Balancetes analíticos dos custos de exibição por código de canal e programa e código de natureza de custo para os diversos canais relativos ao período completo do exercício de 2006;
- Balancetes da contabilidade geral da RTP SGPS, Radiotelevisão Portuguesa – Serviço Público de Televisão, SA (RTP SPT), RDP – Radiodifusão Portuguesa, SA (RDP) e RTP – Meios de Produção, SA (RTP MP), relativos ao exercício de 2006;
- Carteira de Programas em 31 DEZ 06 (Contabilidade Geral);
- Compras de Programas no exercício de 2006;
- Abates à carteira de Programas no exercício de 2006;
- Telereport (relativo à totalidade das emissões no ano de 2006 da RTP1, A2, SIC e TVI) com informação relativa a níveis de audiência e *shares* – extraído da aplicação Telereport/Markttest de 2006;
- GMedia (relativo à totalidade das emissões da publicidade comercial, institucional e televidas no ano de 2006 da RTP1) solução desenvolvida pela GISP para planeamento de publicidade.
- Relatórios mensais, de Análise sobre cumprimento dos limites de publicidade da RTP SA.
- Informação técnica descritiva dos seguintes campos constantes no Telereport: Nível; Tipo Evento; rat#; atv; ats; tvr%; tvr#; rch%; rch#; aff%; rsh%; alp%; bet%; fid%; rat%; shr%;

- Listagem dos espaços (spots) publicitários (distinguindo publicidade institucional e publicidade comercial) em 2006 nos canais: A2, RTP Açores, RTP Madeira, RTP África, RTP Memória, RTP N e RTPI;
- Cadastro de imobilizado com informação relativa ao valor de aquisição, às amortizações do exercício, amortizações acumuladas e valores de reavaliação de 2006;
- Proposta de protocolo celebrado com a IGF nos termos da cláusula 22.^a do CCgSPT, datada de 2008;
- Ficheiro *excel* com a estrutura de indexação de fórmulas dos quadros do RCOSP.

II - TRABALHO DESENVOLVIDO

2.1 O trabalho desenvolvido para os efeitos do presente capítulo foi o seguinte:

- Revisão global dos cálculos realizados no apuramento do resultado do SPT evidenciado no PAOSP e comparação com a Indemnização Compensatória (IC) estabelecida no Aditamento do CCgSPT, com a Contribuição para o Audiovisual (CAV) e com outros financiamentos;
- Revisão dos indicadores de eficiência de gestão na prestação do SPT contidos no PAOSP (custo por hora de emissão, taxa de reposição e custo ponderado por quota de mercado);
- Revisão global dos cálculos realizados no apuramento do custo líquido do SPT evidenciado no RCOSP e comparação com a IC estabelecida no Aditamento do CCgSPT e com a Contribuição para o Audiovisual;
- Revisão dos indicadores de eficiência de gestão na prestação do SPT contidos no RCOSP (custo por hora de emissão, taxa de reposição e custo ponderado por quota de mercado);
- Revisão do cálculo considerando os artigos 5.º e 6.º da Decisão da Comissão, de 28 de Novembro de 2005;
- Revisão do cálculo e pressupostos que suportam o apuramento do custo de oportunidade do canal generalista, que é compensado nos termos da cláusula 15.^a I.1.1 do CCgSPT, e sua comparação com a IC estabelecida no Aditamento do CCgSPT e recebida pela RTP SGPS;
- Análise do Relatório da IGF “RTP SGPS, SA – Auditoria às contas do serviço público – 2006”, incluindo o contraditório da RTP SGPS;
- Análise dos principais desvios orçamentais de SPT e justificações para a ocorrência dos mesmos;

- Análise dos movimentos ocorridos na carteira de programas da RTP SGPS, validando os ficheiros informáticos obtidos junto dos serviços da RTP SA;
- Análise dos elementos e informações contidos na pasta de apoio à elaboração do RCOSP, preparada pelo DCGR;
- Análise da informação da Portugal Telecom, no que respeita ao diferencial de facturação entre RTP SGPS e SIC;
- Análise do Plano de Investimentos apresentado pela RTP SGPS no RCOSP, confrontando-o com o mapa de amortizações obtido informaticamente e verificando o limite estabelecido no ARF.

III – PRINCIPAIS CONCLUSÕES

3.1 Nota Prévia

A cláusula 14.^a do CCgSPT estabelece que, como contrapartida do cumprimento das obrigações do SPT decorrentes daquele Contrato, o Estado obriga-se a atribuir à RTP SGPS, anualmente, uma compensação financeira que revestirá a forma jurídica de indemnização compensatória, destinada a financiar o cumprimento das referidas obrigações de serviço público. O n.º 1 da cláusula 15.^a do CCgSPT estabelece que o valor da indemnização compensatória corresponderá aos montantes calculados com base nos critérios e regras definidas na cláusula 15.^a I. e II. e será fixado em Aditamento ao Contrato. A cláusula 1.^a do Aditamento ao CCgSPT estabelece que o montante total de indemnização compensatória anual a atribuir à RTP SGPS no período de 2004 a 2007 encontra-se fixado no Anexo 1.

A cláusula 9.^a do CCEsPT estabelece que o financiamento das obrigações do SPT decorrentes daquele Contrato, deduzidos os custos suportados directa ou indirectamente pelos parceiros, será assegurado pela Concessionária, mediante a alocação de fundos provenientes da Contribuição para o Audiovisual que não sejam necessários ao cumprimento das obrigações decorrentes do n.º 2 do artigo 30.º e do artigo 20.º, ambos da Lei n.º 33/2003, de 22 de Agosto.

3.2 Critérios e Regras de Imputação dos Custos

Da análise efectuada aos elementos disponíveis na pasta fornecida pelo DCGR que suporta a construção do RCOSP e de acordo com a informação prestada pela RTP SA e com excepção da repartição dos custos comuns e dos custos da direcção de informação,

não existe para 2006 qualquer tabela de imputação dos custos e proveitos aos objectos de custeio, sendo os custos imputados aos objectos de custeio através de uma metodologia *ad-hoc* com recurso à contabilidade analítica da RTP SGPS (estruturada numa filosofia empresarial de centros de custos e não numa filosofia do SPT) e mediante a qual os custos de exploração do canal generalista são apurados por diferença, após o apuramento dos custos de exploração dos outros serviços de programas e de outros serviços específicos. Não existe igualmente uma matriz que estabeleça uma relação de imputação aos objectos de custeio por centro de custo da contabilidade analítica da RTP SGPS e respectivo critério de imputação. Os critérios de repartição existentes no RCOSP resumem-se à repartição dos custos comuns e dos custos da direcção da informação:

Custos comuns: são imputados aos objectos de custeio de acordo com os seguintes critérios: Televisão 80%; Rádio 20%; e, dentro da Televisão: RTP 1, 55%; A2, 20%; RTP Internacional, RTP África, RTP Açores, RTP Madeira e Outros, 5% cada.

De acordo com a RTP SA, este critério é definido com base na dimensão relativa dos respectivos orçamentos. O quadro que apresentamos de seguida estabelece a comparação das percentagens consideradas: (i) no RCOSP; (ii) através da dimensão relativa (custos) constante no PAOSP; e (iii) no Acordo Complementar Referente ao Quadriénio 2008-2011 (AC 08-11) , de 25 de Março, celebrado entre o Estado Português e a RTP SA:

	% RCOSP	% PAOSP (*)	% AC 08-11
	(1)	(2)	(3)
Televisão	80	81	76
RTP1	44	52	44
A2	16	9	16
RTP Internacional	4	4	4
RTP África	4		4
RTP Açores	4		4
RTP Madeira	4		2
Outros	4	10	
Rádio	20	19	24
Total	100	100	100

(*) Peso relativo em função dos custos. Para a Rádio foram considerados os custos na "óptica financeira" POC, uma vez que o PAOSP não apresenta para a Rádio custos e proveitos na "óptica do contrato de concessão"

Ao nível da comparação das colunas (1) e (2) acima, constata-se uma discrepância significativa ao nível da repartição dos serviços de programas da RTP1 e A2 (diferença de 7%).

Ao nível das colunas (1) e (3) acima, constata-se uma diferença significativa ao nível da repartição entre a Televisão e a Rádio e uma estabilidade na repartição entre os serviços de programas dentro da Televisão.

Custos da Direcção de Informação: são alocados tendo em conta o critério: RTP 1, 65%; A2, 25%; e Emissões Internacionais, 10%, sem que tenhamos sido habilitados com qualquer justificação para a sua definição.

O quadro que apresentamos de seguida estabelece a comparação das percentagens consideradas no RCOSP e AC⁰⁸⁻¹¹:

	% RCOSP	% AC²⁰⁰⁸⁻¹¹
	(1)	(2)
Televisão	100	100
RTP1	65	64
A2	25	27
Emissões internacionais	10	9
RTP Internacional	-	3
RTP África	-	7

(*) O AC²⁰⁰⁸⁻¹¹ estabelece também uma repartição entre Rádio e Televisão o que não é comparável com o custeio de 2006, onde a RDP, SA dispõe de uma Direcção de Informação própria e respectivo centro de custo

Ao nível da comparação das colunas (1) e (2) acima, constata-se pequenas diferenças ao nível da RTP1 (1%); A2 (2%); e Emissões internacionais (1%).

O AC⁰⁸⁻¹¹, ao nível de critérios, estabelece ainda a seguinte repartição para os custos de produção, operações e emissão que, no custeio do SPT da RTP SGPS de 2006, não se encontra contemplado:

	% AC ²⁰⁰⁸⁻¹¹
Televisão	74
RTP1	47
A2	15
<i>Emissões internacionais</i>	<i>12</i>
RTP Internacional	7
RTP África	5
Rádio	26
Total	100

A totalidade das amortizações do exercício da Direcção de Informação (DI) não seguiram o critério de repartição atrás evidenciado, tendo sido imputadas em 100% à RTP1, situação que a RTP SA justifica com o facto *“das instalações e equipamentos da DI serem imprescindíveis para a RTP1, donde o principio do custeio marginal é mantido”*.

Conclusão

As situações descritas nos parágrafos anteriores deste ponto 3.2 confirmam a inexistência, no custeio do SPT da RTP SGPS de 2006, de uma metodologia estruturada de custeio. Neste âmbito, o n.º 5 do artigo 5.º da Decisão da Comissão (2005/842/CE), de 28 de Novembro de 2005, relativa à aplicação do n.º 2 do artigo 86.º do Tratado CE aos auxílios estatais sob a forma de compensação de serviço público concedidos a certas empresas encarregadas da gestão de serviços de interesse económico geral, estabelece que *“Quando a empresa desenvolve simultaneamente actividades abrangidas e não abrangidas pelo âmbito dos serviços de interesse económico geral, a sua contabilidade interna deve apresentar, separadamente, os custos e as receitas relativos ao serviço de interesse económico geral e os relativos aos outros serviços, bem como os parâmetros de afectação dos custos e receitas”*, situação que, para 2006, não se verifica na RTP SGPS. Em 2008, os critérios de imputação ao nível de “centros serviços partilhados”, “produção, operações e emissão” e “direcção de informação” foram definidos através do AC⁰⁸⁻¹¹.

3.3 Discriminação dos Custos Imputados ao Canal Generalista

O RCOSP não inclui quadros discriminativos das componentes dos custos de exploração da RTP 1, à semelhança dos quadros para os outros canais (quadros 7 - Custos de Exploração da RTP N; 7 A - Custos de Exploração da RTP Memória; 8 - Custos de Exploração do Canal A2, etc.), situação limitativa do grau de qualidade e profundidade da informação financeira dos objectos de custeio do SPT.

3.4 Análise do Cálculo e Pressupostos da Compensação do Canal Generalista

3.4.1 Fórmula de Cálculo

Nos termos da cláusula 15.^a I.1.1 do CCgSPT, “*o Estado comparticipa os custos do serviço de programas generalista do valor correspondente pela perda de receitas de publicidade decorrente da imposição de critérios específicos quanto ao conteúdo de programação de serviço público e de um limite ao número de minutos de publicidade por hora, inferior ao fixado para os restantes operadores*”. Nos termos da cláusula 2.^a do Aditamento ao CCgSPT, constituem pressupostos de cálculo do valor atribuído ao serviço de programas generalista: (i) a redução de publicidade comercial a seis minutos por hora; (ii) a avaliação do mercado publicitário dos canais generalistas de sinal aberto em cerca de 300 milhões de euros; e (iii) a perda de 20% da quota de mercado natural do canal generalista, decorrente dos padrões de exigência de uma Televisão de Referência que constitua uma verdadeira alternativa de serviço público. A cláusula 4.^a do Aditamento estabelece que a taxa de inflação média projectada para o período de 2004 a 2007 foi de 2,5%. Os valores para a indemnização compensatória do canal generalista estão fixados no Anexo 1 do Aditamento ao CCgSPT (2004: 72 000 milhares de euros; 2005: 75 645 milhares de euros; 2006: 75 645 milhares de euros; e 2007: 77 536 milhares de euros). Para além dos pressupostos (já atrás enunciados), não se encontra disponível informação sobre o processo de cálculo que esteve na base da fixação/projecção daqueles valores para a indemnização compensatória (valor do mercado, audiências e *shares* dos canais generalistas, tempos publicitários dos canais generalistas, etc.). Desta forma, não é possível determinar se o processo de cálculo (assumindo que o valor fixado assenta num processo de cálculo) que fundamenta a fixação, no Aditamento ao CCgSPT, dos montantes de indemnização compensatória do canal generalista é o mesmo que é utilizado pela RTP SGPS. Os cálculos da RTP SGPS para apuramento deste custo de oportunidade do canal generalista estão demonstrados, fundamentalmente, nos seguintes quadros do RCOSP: (i) Quadro 16 - Análise da Exploração Comercial; (ii) Quadro 17 -

Audiência Comercial - Taxa de Ocupação de Espaço; (iii) Quadro 18 - Eficiência Comercial e Proporcionalidade da IC; e (iv) Quadro 23 - Audiência Anual dos Canais RTP. No Quadro 18 - Eficiência Comercial e Proporcionalidade da IC, encontra-se apresentado o custo para efeitos de compensação do canal generalista de 69 070 milhares de euros.

Procedemos à simulação independente do cálculo antes referido e efectuado pela RTP SGPS, tendo sido possível reconstituir o processo de cálculo, nas diversas variáveis que compõem a fórmula, dos 69 070 milhares de euros apresentados pela RTP SGPS e que mereceram a concordância da IGF expressa no respectivo Relatório “*RTP SGPS, SA – Auditoria às contas do serviço público – 2006*”. Da simulação independente a que procedemos, concluímos que a fórmula de cálculo da RTP SGPS:

- Quantifica o valor de mercado correspondente aos seis minutos em que não pode emitir publicidade comercial;
- Quantifica o valor da perda de publicidade no período em que emite publicidade comercial, resultante do desvio de audiência provocado pelos critérios específicos de conteúdos da programação televisiva de referência;
- Pondera as quantificações anteriores pela respectiva eficiência e deduz o valor da publicidade institucional da própria RTP SGPS emitida no período complementar aos seis minutos.

3.4.2 Pressuposto dos Seis Minutos

De acordo com a nossa análise, conforme evidenciada no presente Relatório Técnico Detalhado (IV.2 - 3.1.7) e relativamente ao exercício de 2006, consideramos como muito provável que a RTP1 registe incumprimentos à cláusula 13.^a do CCgSPT.

3.4.3 Quadro 18 do RCOSP

Não nos foi disponibilizado o suporte do valor da publicidade televisiva dos canais de cabo.

3.5 Ajustamentos e Reclassificações aos Resultados do SPT

3.5.1 Proveitos Públicos e Receitas de Publicidade

No apuramento do resultado do SPT, foram considerados pela RTP SGPS os proveitos públicos (indenização compensatória, contribuição para o audiovisual, etc.) que respeitam à compensação dos custos líquidos do SPT, o que, para efeitos de demonstração do custo líquido ocasionado pelo cumprimento das obrigações de SPT, não se afigura adequado.

Na nota 3.6.2 e respectivo Anexo 7.2, a compensação do canal generalista é feita nos termos da cláusula 15.^a I.1.1 do CCgSPT, pelo que o custo líquido (ainda que tendo em conta as conclusões e as limitações descritas na nota 3.4 anterior) relevante para a determinação do custo das obrigações de SPT é aquele determinado pela RTP no Quadro 18, que ascende a 69 070 milhares de euros.

3.5.2 Pagamentos de Pensões e Cuidados Médicos

A RTP SGPS considerou, no objecto de custeio “Reestruturação/outros”, o montante de 5 108 milhares de euros relativo a despesas com pensões e indemnizações, o que não se enquadra no conceito de custo previsto no CCgSPT.

3.5.3 Pagamentos de Investimentos no Arquivo Audiovisual

A RTP SGPS considerou, no objecto de custeio “Arquivo”, o investimento de 2 962 milhares de euros na recuperação e digitalização do arquivo audiovisual, o que não se enquadra no conceito de custo de exploração do Arquivo audiovisual previsto no CCgSPT.

3.5.4 Imposto do Selo sobre os Juros dos Financiamentos

A RTP SGPS considerou, no objecto de custeio “Reestruturação/outros”, o montante de 1 901 milhares de euros relativo ao Imposto do Selo sobre os juros dos financiamentos, o que não se enquadra no conceito de exploração previsto no CCgSPT, configurando uma componente integrante do custo líquido de financiamento da RTP SGPS que deve ser tido em conta no âmbito do controlo do endividamento nos termos da Lei n.º 30/2003, de 22 de Agosto, e do ARF.

3.5.5 Desacordos dos Auditores sobre as Demonstrações Financeiras Individuais da RTP SGPS

3.5.5.1 Desacordo Quanto à Aplicação do Princípio da Especialização dos Exercícios

O Relatório dos Auditores sobre as demonstrações financeiras individuais da RTP SGPS de 2006 refere, como reserva por desacordo que, conforme referido no parágrafo n.º 8 do Relatório de Auditoria relativo ao exercício anterior, em resultado da análise efectuada à aplicação do princípio da especialização e dos ajustamentos de dívidas a receber, os custos do exercício apresentavam-se insuficientes em cerca de 1 111 milhares de euros, tendo sido registados no presente exercício, pelo que os resultados do exercício encontram-se subvalorizados no valor referido, em detrimento de resultados transitados. Atendendo a que aqueles custos são integralmente considerados nos custos do SPT de 2006, também os custos do SPT se encontram sobreavaliados em cerca de 1 111 milhares de euros, sendo ajustados no objecto de custeio do canal generalista.

3.5.5.2 Desacordo Quanto à Alteração de Política Contabilística de Reconhecimento do Apoio ao Instituto do Cinema, Audiovisual e Multimédia (ICAM)

O Relatório dos Auditores sobre as demonstrações financeiras individuais da RTP SGPS de 2006 refere, como reserva por desacordo, que em 2006 foi alterada a política contabilística de reconhecimento do apoio ao ICAM pela RTP SPT, devido à assinatura do novo protocolo em 2007 entre essa entidade e aquela subsidiária. Em consequência da aplicação do método da equivalência patrimonial nas contas da RTP SGPS, caso não tivesse existido essa alteração de política, os custos do exercício seriam reduzidos em cerca de 1 500 milhares de euros. Atendendo a que aqueles custos são integralmente considerados nos custos do SPT de 2006, também os custos do SPT se encontram sobreavaliados em cerca de 1 500 milhares de euros, sendo ajustados no objecto de custeio relativo ao ICAM.

3.5.6 Duplicação de Custos de Exibição na A2 e no ICAM

Existem custos de exibição de 283 milhares de euros que foram incluídos em duplicado na A2 (Quadro 7 – Custos de Exploração do Canal A2 – linha de custos de programação) e no ICAM (Quadro 15 – Custos Diversos: Apoio ao Cinema – ICAM – linha custos com ICAM reconhecidos na grelha). Como ajustamento, deverão ser retirados 283 milhares de

custos da rubrica ICAM, por contrapartida dos custos imputados (por diferença) ao canal generalista.

3.5.7 Custos Financeiros e Extraordinários Incluídos no Resultado do SPT

O resultado do SPT inclui custos financeiros de 2 milhares de euros (RTP1) e custos extraordinários de 98 milhares de euros: RTP1, 7 milhares de euros; A2, 11 milhares de euros; Cooperação, 22 milhares de euros; RTP N, 5 milhares de euros; Emissões Internacionais, 4 milhares de euros; Arquivo Audiovisual, 4 milhares de euros; RTP Madeira, 5 milhares de euros; RTP Açores, 13 milhares de euros; e Correspondentes e Delegações, 27 milhares de euros. Estes custos não se enquadram no conceito de custos de exploração, pelo que deverão ser retirados dos respectivos objectos de custeio, por contrapartida dos custos imputados (por diferença) ao canal generalista.

3.5.8 Proveitos Extraordinários Incluídos no Resultado do SPT

O Resultado do SPT inclui proveitos extraordinários de 184 milhares de euros: RTP Madeira, 106 milhares de euros; RTP Açores, 11 milhares de euros; Arquivo Audiovisual, 62 milhares de euros; Cooperação, 4 milhares de euros; e RTP N, 1 milhar de euros. Estes proveitos não se enquadram no conceito de proveitos de exploração, pelo que deverão ser retirados dos respectivos objectos de custeio, por contrapartida dos proveitos imputados (por diferença) ao canal generalista.

3.5.9 Custo dos Correspondentes de Delegações

Devido a um lapso, o custo de Correspondentes e Delegações encontra-se subavaliado em 66 milhares de euros, pelo que deverá ser ajustado por contrapartida dos custos imputados (por diferença) ao canal generalista.

3.6 Apuramentos Quantitativos Globais Relativos ao SPT

3.6.1 Valor do Custo Líquido do SPT

Tendo em conta os ajustamentos evidenciados nas notas 3.5.2 a 3.5.9 anteriores, que se encontram sistematizados por objecto de custeio no Anexo 7.1, o valor do custo líquido do SPT em 2006, ascende a 199 435 milhares de euros, como segue:

	<u>€ 000</u>
Custo Líquido do SPT por RTP SGPS (Quadro 4 do RCOSP)	<u>212 017</u>
Ajustamentos BDO:	
3.5.2 Pagamentos de Pensões e Cuidados Médicos	(5 108)
3.5.3 Pagamentos de Investimentos no Arquivo Audiovisual	(2 962)
3.5.4 Imposto do Selo sobre os Juros dos Financiamentos	(1 901)
3.5.5 Desacordos dos Auditores sobre as Demonstrações Financeiras:	
3.5.5.1 Aplicação Princípio da Especialização dos Exercícios	(1 111)
3.5.5.2 Alteração Política Contabilística de Reconhecimento do Apoio ao ICAM	<u>(1 500)</u>
	(12 582)
Custo Líquido do SPT Depois de Ajustamentos	<u><u>199 435</u></u>

3.6.2 Valor da Indemnização Compensatória Relevante para Efeitos do CCgSPT e do CCeSPT

Tendo em conta o Custo Líquido do SPT de 199 435 milhares de euros evidenciado na nota anterior, apurado depois de ajustamentos que se encontram sistematizados por objecto de custeio no Anexo 7.2, o valor da Indemnização Compensatória relevante para efeitos do CCgSPT e do CCeSPT, ascende a 142 598 milhares de euros, como segue:

	<u>€ 000</u>
Custo Líquido do SPT Depois de Ajustamentos (Nota 3.6.1 anterior)	<u>199 435</u>
Efeitos da Cláusula 15. ^a I.1.1 do CCgSPT:	
3.5.1 Valor do Custo Líquido (Ajustado) da RTP1	(125 907)
3.5.1 Valor do Custo de Oportunidade da RTP1	69 070
Valor da Indemnização Compensatória Relevante para Efeitos do CCgSPT e do CCeSPT	<u><u>142 598</u></u>

Conforme já referido, este apuramento tem em conta a cláusula 15.^a I.1.1 do CCgSPT, mediante a qual “o Estado comparticipa os custos do serviço de programas generalista do valor correspondente pela perda de receitas de publicidade decorrente da imposição de critérios específicos quanto ao conteúdo de programação de serviço público e de um limite ao número de minutos de publicidade por hora, inferior ao fixado para os restantes operadores”. Conforme explicado na nota 3.4 anterior, este cálculo assenta em pressupostos, relativamente aos quais existem limitações de âmbito, nomeadamente relacionadas com o cumprimento da cláusula 13.^a do CCgSPT, referente à inibição de emissão de publicidade que exceda os seis minutos por hora de emissão.

O montante global das compensações atribuídas à RTP SGPS em 2006 relativas ao CCgSPT e ao CCEsPT foi de 220 419 milhares de euros, como segue:

	<u>€ 000</u>
Indemnização Compensatória	124 000
Contribuição dos Governos Regionais	124
Contribuição para o Audiovisual	48 995
Dotações de Capital (*)	<u>47 300</u>
Montante das Compensações	<u>220 419</u>

(*) O valor das dotações de capital recebidas do accionista Estado, apresentadas no quadro, não incluem o valor de 10 000 milhares de euros, que a RTP SGPS considerou estarem afectas ao serviço da dívida financeira.

3.7 Indicadores de Gestão e de Ganhos de Eficiência

A RTP SGPS apresenta os indicadores de gestão e de ganhos de eficiência no Quadro 30 – Indicadores de Gestão e Convergência para o Objectivo de Custo do RCOSP. Estes indicadores apresentam melhorias de ganhos de eficiência, relativamente ao exercício de 2005, ao nível do indicador de custo/hora por ponto de audiência da RTP1 e RTP N e do indicador da evolução da taxa de reposição para a RTP1, RTP África, RTP N e RTP Memória. Existem comportamentos desfavoráveis de ganhos de eficiência, relativamente ao exercício de 2005, ao nível do indicador de custo/hora por ponto de audiência para a A2 e do indicador evolução da taxa de reposição para a A2, RTP Internacional, RTP Açores e RTP Madeira.

3.8 Limitações

3.8.1 Orçamentação e Execução Orçamental

Por motivos que não foram possíveis de apurar, a base de dados do Orçamento da RTP SGPS para 2006 não se encontra disponível na RTP SA, não sendo possível a sua reposição. Em consequência da inexistência do Orçamento no Sistema de Informação para Gestão (SIG), não é, igualmente possível obter a análise da execução orçamental, por via da integração do Orçamento com os dados reais provenientes da contabilidade analítica e geral. Em consequência da situação anterior ou por inexistência, confirmada pela RTP SGPS, de arquivo da documentação em papel, não existe, igualmente:

- ❑ Evidência dos orçamentos das direcções (“gestores”) responsáveis pelo processo de orçamentação integrado no SIG, não se encontrando disponível documentação em papel deste processo de orçamentação;
- ❑ Possibilidade de estabelecer uma relação directa entre os valores que foram orçamentados por cada Direcção da RTP SGPS e os valores que foram efectivamente aprovados;
- ❑ Evidência sistematizada dos ajustamentos entre o Orçamento e o PAOSP;
- ❑ Memória descritiva do processo de construção do PAOSP.

Desta forma, o nosso trabalho foi limitado à análise da pasta fornecida pelo DCGR que suporta a construção do PAOSP para 2006, com especial atenção aos quadros, extractos analíticos, comentários explicativos e outros detalhes e suportes nela constantes.

Estas situações constituem limitações significativas à nossa análise do sistema de produção de informação analítica da RTP para o orçamento e PAOSP, permitindo-nos concluir que, para 2006, não é possível recolher evidência da actuação do sistema de produção de informação analítica que suportou a preparação do PAOSP.

3.8.2 Critérios de Afectação

Vide nota 3.2 anterior.

3.8.3 Pressupostos do Cálculo do Valor de Compensação do Canal Generalista

Vide nota 3.4 anterior.

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - AUDITORIA COMPLETA DA INFORMAÇÃO ANALÍTICA RESPEITANTE ÀS MISSÕES E AOS RESPECTIVOS CUSTOS DO SERVIÇO PÚBLICO NAS VERTENTES QUALITATIVA E QUANTITATIVA

CAPÍTULO 3 - ANÁLISES QUANTITATIVAS RELATIVAS AO APURAMENTO DOS RESULTADOS DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO, RESPECTIVA INDEMNIZAÇÃO COMPENSATÓRIA E OUTROS FINANCIAMENTOS

ANEXOS

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, S

FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respectivos Custos do Serviço Público de Televisão nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa

CAPÍTULO 3 - Análises Quantitativas Relativas ao Apuramento dos Resultados do Serviço Público de Televisão, Respectiva Indemnização Compensatória e Outros Financiamentos

ANEXO 1 - Valores Orçamentados por Objectos de Custeio - Óptica RTP dos Contratos de Concessão

	Proveitos Públicos	Custos Directos	Proveitos Directos	Custos Líquidos	Resultado Exploração
Canal Generalista	122.950	146.155	7.758	138.398	(15.448)
RTP N	-	4.870	3.606	1.264	(1.264)
RTP Memória	-	1.818	1.752	66	(66)
A2:	32.292	26.146	926	25.220	7.073
1. Serviços de Programas	155.242	178.989	14.042	164.947	(9.705)
RTP Internacional	10.300	-	318	-	-
RTP África	4.650	-	551	-	-
2.1 Canais Internacionais	14.950	11.834	870	10.964	3.986
RTP Madeira	8.000	6.881	507	6.374	1.626
RTP Açores	10.124	10.153	570	9.583	541
2.2 Canais Regionais	18.124	17.034	1.077	15.957	2.167
Correspondentes e Delegações	4.000	3.026	-	3.026	974
Diferencial de Cobertura	1.600	1.000	-	1.000	600
Arquivo Audiovisual	7.500	11.507	220	11.287	(3.787)
Cooperação	1.500	1.268	641	626	874
ICAM	2.000	1.500	-	1.500	500
Host Broadcasting	500	500	-	500	-
Reestruturação/Outros	7.300	8.316	-	8.316	(1.016)
2.3 Outros Serviços ou Custos	24.400	27.116	861	26.255	(1.855)
2. Serviços Específicos (2.1 + 2.2 + 2.3)	57.474	55.984	2.808	53.176	4.298
3. Total Televisão (1 + 2)	212.716	234.973	16.850	218.123	(5.407)
4. Radiodifusão (*)	-	-	-	-	-
5. Total (3 + 4)	212.716	234.973	16.850	218.123	(5.407)

Fonte: PAOSP

(*) Não são apresentados no PAOSP custos e proveitos para a Radiodifusão, na óptica do contrato de concessão. O orçamento da Radiodifusão é apresentado no PAOSP na óptica das demonstrações financeiras (POC)

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA AS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respectivos Custos do Serviço Público de Televisão nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa

CAPÍTULO 3 - Análises Quantitativas Relativas ao Apuramento dos Resultados do Serviço Público de Televisão, Respectiva Indemnização Compensatória e Outros Financiamentos

ANEXO 2 - Valores Reais por Objecto de Custeio - Óptica RTP dos Contratos de Concessão

	Proveitos Públicos	Custos Directos	Proveitos Directos	Custos Comuns	Custos Líquidos	Resultado Exploração
Canal Generalista	127.950	127.291	10.985	10.588	126.894	1.056
RTP N	-	4.038	3.445	-	593	(593)
RTP Memória	-	1.675	1.772	-	(97)	97
A2:	34.995	30.288	1.982	3.850	32.157	2.839
1. Serviços de Programas	162.945	163.292	18.183	14.438	159.547	3.399
RTP Internacional	12.500	-	601	-	-	-
RTP África	5.000	-	560	-	-	-
2.1 Canais Internacionais	17.500	12.710	1.162	1.925	13.473	4.027
RTP Madeira	8.000	6.325	553	963	6.734	1.266
RTP Açores	10.124	8.186	284	963	8.865	1.259
2.2 Canais Regionais	18.124	14.511	837	1.925	15.599	2.525
Correspondentes e Delegações	3.600	3.620	-	-	3.620	(20)
Diferencial de Cobertura	3.000	2.997	-	-	2.997	3
Arquivo Audiovisual	6.000	6.056	230	-	5.826	174
Cooperação	500	413	319	-	94	406
ICAM	2.500	2.470	-	-	2.470	30
Host Broadcasting	-	21	-	-	21	(21)
Reestruturação/Outros	6.250	7.409	-	-	7.409	(1.159)
2.3 Outros Serviços ou Custos	21.850	22.985	549	963	23.399	(1.549)
2. Serviços Específicos (2.1 + 2.2 + 2.3)	57.474	50.206	2.548	4.813	52.470	5.004
3. Total Televisão (1 + 2)	220.419	213.498	20.732	19.251	212.017	8.402
4. Radiodifusão	51.400	46.141	422	4.813	50.532	868
5. Total (3 + 4)	271.819	259.639	21.154	24.063	262.549	9.270

Fonte: RCOSP

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA AS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respectivos Custos do Serviço Público de Televisão nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa

CAPÍTULO 3 - Análises Quantitativas Relativas ao Apuramento dos Resultados do Serviço Público de Televisão, Respectiva Indemnização Compensatória e Outros Financiamentos

ANEXO 3 - Desvios entre o Real e o Orçamento por Objecto de Custeio - Óptica RTP dos Contratos de Concessão

	Proveitos Públicos	Custos Directos	Proveitos Directos	Custos Comuns	Custos Líquidos	Resultado Exploração
Canal Generalista	5.000	(18.865)	3.227	10.588	(11.504)	16.504
RTP N	-	(832)	(161)	-	(671)	671
RTP Memória	-	(143)	21	-	(164)	164
A2:	2.703	4.142	1.055	3.850	6.937	(4.234)
1. Serviços de Programas	7.703	(15.697)	4.141	14.438	(5.401)	13.104
RTP Internacional	2.200	-	283	-	-	-
RTP África	350	-	9	-	-	-
2.1 Canais Internacionais	2.550	875	292	1.925	2.509	41
RTP Madeira	-	(556)	47	963	360	(360)
RTP Açores	()	(1.967)	(286)	963	(718)	718
2.2 Canais Regionais	()	(2.523)	(240)	1.925	(358)	358
Correspondentes e Delegações	(400)	594	-	-	594	(994)
Diferencial de Cobertura	1.400	1.997	-	-	1.997	(597)
Arquivo Audiovisual	(1.500)	(5.451)	10	-	(5.460)	3.960
Cooperação	(1.000)	(854)	(322)	-	(533)	(467)
ICAM	500	970	-	-	970	(470)
Host Broadcasting	(500)	(479)	-	-	(479)	(21)
Reestruturação/Outros	(1.050)	(907)	-	-	(907)	(143)
2.3 Outros Serviços ou Custos	(2.550)	(4.131)	(312)	963	(2.856)	306
2. Serviços Específicos (2.1 + 2.2 + 2.3)	()	(5.778)	(259)	4.813	(706)	706
3. Total Televisão (1 + 2)	7.703	(21.475)	3.882	19.251	(6.106)	13.810
4. Radiodifusão (*)	51.400	46.141	422	4.813	50.532	868
5. Total (3 + 4)	59.103	24.666	4.304	24.063	44.426	14.678

Fonte: PAOSP; RCOSP

(*) Não são apresentados no PAOSP custos e proveitos para a Radiodifusão, na óptica do contrato de concessão. O orçamento da Radiodifusão é apresentado no PAOSP na óptica das demonstrações financeiras (POC)

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respectivos Custos do Serviço Público de Televisão nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa

CAPÍTULO 3 - Análises Quantitativas Relativas ao Apuramento dos Resultados do Serviço Público de Televisão, Respectiva Indemnização Compensatória e Outros Financiamentos

ANEXO 4 - Valores Orçamentados Por Objectos de Custeio - Óptica POC

	SGPS	SPT	RDP	RTP MP	AJUSTAMENTOS	GRUPO	TELEVISÃO
Indemnização Compensatória	-	124.000	-	-	-	124.000	124.000
Contribuição Regional	-	124	-	-	-	124	124
Contribuição Audiovisual	32.292	9.000	50.000	-	-	91.292	41.292
Publicidade Comercial Canal 1	-	46.221	-	-	-	46.221	46.221
Outras Prestações serviços	-	14.517	201	22.579	(21.284)	16.013	15.812
Proveitos Suplementares	-	913	-	-	-	913	913
Outros Subsídios	-	641	-	-	-	641	641
Outros Proveitos Operacionais	181	530	24	68	-	802	778
Total	32.473	195.946	50.225	22.647	(21.284)	280.007	229.782
CMVC	-	97.670	287	-	(21.284)	76.673	76.386
FST	2.034	40.472	10.928	9.828	-	63.261	52.333
Pessoal	10.607	53.002	28.321	9.563	-	101.493	73.172
Amortizações	1.368	7.162	3.354	1.497	-	13.381	10.027
Provisões	728	1.939	976	396	-	4.039	3.063
Impostos Directos	2.449	146	1.653	-	-	4.248	2.595
Outros Custos	662	1.929	456	-	-	3.047	2.591
Total	17.848	202.319	45.975	21.284	(21.284)	266.142	220.167
Resultado Operacional	14.625	(6.373)	4.250	1.363	-	13.864	9.614
Proveitos Financeiros	100	500	50	1	-	651	
Custos Financeiros	27.296	662	34	17	-	28.008	
Proveitos Extraordinários	12.000	-	300	-	-	12.300	
Custos Extraordinários	2.000	4.300	2.500	-	-	8.800	
Imposto sobre o Rendimento	50	50	50	50	-	200	
Resultado Líquido	(2.621)	(10.885)	2.016	1.297	-	(10.193)	

Fonte: PAOSP

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respectivos Custos do Serviço Público de Televisão nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa

CAPÍTULO 3 - Análises Quantitativas Relativas ao Apuramento dos Resultados do Serviço Público de Televisão, Respectiva Indemnização Compensatória e Outros Financiamentos

ANEXO 5 - Valores Reais por Objectos de Custeio - Óptica POC

	SGPS	SPT	RDP	RTP MP	AJUSTAMENTOS	GRUPO	TELEVISÃO
Indemnização compensatória	-	124.000	-	-	-	124.000	124.000
Contribuição Regional	-	124	-	-	-	124	124
Contribuição Audiovisual	53.995	-	46.400	-	-	100.395	53.995
Publicidade Comercial Canal 1	-	46.073	-	-	-	46.073	46.073
Outras Prestações serviços	-	16.949	196	23.274	(21.491)	18.927	16.949
Proveitos Suplementares	-	114	129	-	(37)	206	114
Outros Subsídios	315	1.026	18	-	-	1.359	1.342
Outros Proveitos Operacionais	1.614	714	79	85	(1.427)	1.065	2.328
Total	55.925	188.999	46.822	23.359	(22.955)	292.150	244.924
CMVC	-	101.278	-	-	(20.859)	80.419	101.278
FST	3.499	42.428	10.008	11.004	(1.954)	64.984	45.926
Pessoal	11.160	55.690	30.102	10.396	(142)	107.207	66.850
Amortizações	2.832	7.539	4.284	1.592	-	16.247	10.372
Provisões	940	-	-	-	-	940	940
Impostos Directos	2.424	311	1.641	8	-	4.384	2.735
Outros Custos	93	1.297	106	-	-	1.496	1.390
Total	20.948	208.543	46.141	22.999	(22.955)	275.677	229.491
Resultado Operacional	34.977	(19.544)	681	360	(0)	16.474	15.433
Proveitos Financeiros	701	844	10	11	(368)	1.199	
Custos Financeiros	53.294	1.319	53	11	(19.700)	34.977	
Proveitos Extraordinários	1.446	933	718	24	(4)	3.117	
Custos Extraordinários	8.641	517	1.160	24	(4)	10.338	
Imposto sobre o Rendimento	(78)	98	49	138	-	207	
Resultado Líquido	(24.733)	(19.700)	147	221	19.332	(24.733)	

Fonte: RCOSP

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL SGPS, SA

FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respective Custos do Serviço Público de Televisão nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa

CAPÍTULO 3 - Análises Quantitativas Relativas ao Apuramento dos Resultados do Serviço Público de Televisão, Respectiva Indemnização Compensatória e Outros Financiamentos

ANEXO 6 - Desvios entre o Real e o Orçamento por Objectos de Custeio - Óptica POC

	SGPS	SPT	RDP	RTP MP	AJUSTAMENTOS	GRUPO	TELEVISÃO
Indemnização compensatória	-	-	-	-	-	-	-
Contribuição Regional	-	0	-	-	-	0	0
Contribuição Audiovisual	21.703	(9.000)	(3.600)	-	-	9.103	12.703
Publicidade Comercial Canal 1	-	(148)	-	-	-	(148)	(148)
Outras Prestações serviços	-	2.432	(5)	695	(207)	2.915	1.137
Proveitos Suplementares	-	(800)	129	-	(37)	(707)	(800)
Outros Subsídios	315	385	18	-	-	718	700
Outros Proveitos Operacionais	1.433	184	55	17	(1.427)	263	1.550
Total	23.452	(6.946)	(3.403)	712	(1.671)	12.144	15.142
CMVC	-	3.608	(287)	-	425	3.745	24.892
FST	1.465	1.956	(920)	1.176	(1.954)	1.723	(6.407)
Pessoal	552	2.689	1.782	832	(142)	5.714	(6.322)
Amortizações	1.464	377	930	95	-	2.866	344
Provisões	212	(1.939)	(976)	(396)	-	(3.099)	(2.123)
Impostos Directos	(25)	165	(13)	8	-	136	140
Outros Custos	(569)	(632)	(350)	-	-	(1.551)	(1.201)
Total	3.100	6.224	166	1.715	(1.671)	9.534	9.323
Resultado Operacional	20.352	(13.170)	(3.569)	(1.003)	0	2.609	5.819
Proveitos Financeiros	601	344	(40)	11	(368)	548	
Custos Financeiros	25.999	657	19	(6)	(19.700)	6.969	
Proveitos Extraordinários	(10.554)	933	418	24	(4)	(9.183)	
Custos Extraordinários	6.641	(3.783)	(1.340)	24	(4)	1.538	
Imposto sobre o Rendimento	(128)	48	(1)	88	-	7	
Resultado Líquido	(22.112)	(8.815)	(1.870)	(1.075)	19.332	(14.540)	

Fonte: PAOSP; RCOSP

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

FASE IV - Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respetivos Custos do Serviço Público nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa

CAPÍTULO 3 - Análises Quantitativas Relativas ao Apuramento dos Resultados do Serviço Público de Televisão, Respeitiva Indemnização Compensatória e Outros Financiamentos

ANEXO 7.2 - Ajustamentos aos Custos do SPT e Apuramento da Indemnização Compensatória - RTP1 de Acordo com Cláusula 15ª I.1 do CCgSPT

Objectos de custeio	Resultado SPT por RTP	Ajustamentos Proveitos Públicos (Nota 3.5.1)	Ajustamentos Custo Líquido		Custo Líquido do SPT por BDO
			Notas	Valor	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)=(1)+(2)+(4)
Canal Generalista	1.056	(127.950)	3.5.5.1; 3.5.6; 3.5.7; 3.5.8; 3.5.9	57.824	(69.070)
RTP N	(593)	-	3.5.7; 3.5.8	4	(589)
RTP Memória	97	-		-	97
A2:	2.839	(34.995)	3.5.6, 3.5.7	11	(32.146)
1. Serviços de Programas	3.399	(162.945)		57.839	(101.708)
RTP Internacional					
RTP África					
2.1 Canais Internacionais	4.027	(17.500)	3.5.7	4	(13.469)
RTP Madeira	1.266	(8.000)	3.5.7; 3.5.8	(101)	(6.835)
RTP Açores	1.259	(10.124)	3.5.7, 3.5.8	2	(8.863)
2.2 Canais Regionais	2.525	(18.124)		(99)	(15.698)
Correspondentes e Delegações	(20)	(3.600)	3.5.7; 3.5.9	(39)	(3.659)
Diferencial de Cobertura	3	(3.000)			(2.997)
Arquivo Audiovisual	174	(6.000)	3.5.3; 3.5.7; 3.5.8	2.904	(2.922)
Cooperação	406	(500)	3.5.7; 3.5.8	18	(76)
ICAM	30	(2.500)	3.5.5.2; 3.5.6	1.783	(687)
Host Broadcasting	(21)	-			(21)
Reestruturação/Outros	(2.121)	(6.250)	3.5.2; 3.5.4	7.009	(1.362)
2.3 Outros Serviços ou Custos	(1.549)	(21.850)		11.675	(11.724)
2. Serviços Específicos (2.1 +2.2 + 2.3)	5.004	(57.474)		11.580	(40.890)
3. Total Televisão (1 + 2)	8.402	(220.419)		69.419	(142.598)

Obs: A nota 3.51.1 inclui o ajustamento do Custo do Canal Generalista nos termos da cláusula n.º 15.º I.1.1 do CCgSPT

Fonte: RCOSP, Contabilidade Analítica, Análise BDO

**RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS
MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE
TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO
DE PORTUGAL, SGPS, SA**

**RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE
SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE
PORTUGAL, SGPS, SA**

RELATÓRIO TÉCNICO SÍNTESE

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

ÍNDICE DO RELATÓRIO TÉCNICO SÍNTESE

I – INTRODUÇÃO

II – RESUMO DAS PRINCIPAIS CONCLUSÕES

III - DECLARAÇÃO SOBRE O CUMPRIMENTO DAS OBRIGAÇÕES IMPOSTAS PELOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO CELEBRADOS ENTRE O ESTADO E A RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

IV – RESUMO DAS PRINCIPAIS RECOMENDAÇÕES E SUGESTÕES

RELATÓRIO DE AUDITORIA EXTERNA ÀS MISSÕES E CUSTO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO DE 2006 DA RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, SGPS, SA

RELATÓRIO TÉCNICO SÍNTESE

I – Introdução

1.1 A BDO bdc & Associados, SROC, Lda. (BDO) desenvolveu os procedimentos objecto do “Contrato de Prestação de Serviços” e respectivo Aditamento, celebrados com a ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), que previam, genericamente, a realização de uma auditoria externa às missões e custo do serviço público de televisão da Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, SA (RTP SGPS), relativamente ao exercício de 2006.

1.2 Os trabalhos foram também realizados no âmbito da nossa “Proposta para Auditoria da Empresa Concessionária do Serviço Público de Televisão”, bem como nos termos de: (i) cláusula 23.^a do Contrato de Concessão Geral de Serviço Público de Televisão (CCgSPT); (ii) cláusula 14.^a do Contrato de Concessão Especial de Serviço Público de Televisão (CCeSPT); e (iii) número 3 do artigo 52.º da Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto.

1.3 A auditoria consistiu na avaliação do cumprimento das obrigações impostas pelos contratos de concessão em vigor à data entre o Estado e a empresa auditada e foi realizada de acordo com as Normas Técnicas e as Directrizes de Revisão/Auditoria (DRA) da Ordem dos Revisores Oficiais de Contas, aplicáveis nas circunstâncias.

1.4 Os trabalhos foram desenvolvidos de acordo com o seguinte planeamento:

- Fase I “Revisão do Sistema de Produção de Informação Analítica e dos Respective Critérios e Regras de Imputação dos Custos do Serviço Público de Televisão” – Revisão prévia do modelo, i.e., dos sistemas onde se produz a informação analítica e obtenção de um conhecimento detalhado dos critérios e regras de imputação dos custos do serviço público de televisão.

- Fase II “Revisão do Plano de Actividades e Orçamento do Serviço Público” – Conhecimento e revisão das especificações do Plano de Actividades e Orçamento do Serviço Público (PAOSP).
- Fase III “Revisão Limitada das Demonstrações Financeiras” – Obtenção de uma segurança geral de que as contas da contabilidade geral estão isentas de erros materialmente relevantes, tendo em consideração os trabalhos de auditoria realizados pelas entidades que fiscalizam as contas.
- Fase IV “Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respectivos Custos do Serviço Público de Televisão nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa” – Avaliação do cumprimento qualitativo e financeiro da prestação do serviço público de televisão por comparação com os requisitos definidos legal e contratualmente.

1.5 Este Relatório Técnico Síntese resume as Principais Conclusões, Recomendações e Sugestões, resultantes do trabalho realizado, que se encontram no respectivo Relatório Técnico Detalhado.

1.6 O Relatório Técnico Detalhado está dividido em quatro componentes essenciais, correspondentes às quatro fases do trabalho antes identificadas. No caso específico da Fase IV “Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respectivos Custos do Serviço Público de Televisão nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa” existem ainda os seguintes três capítulos:

- Capítulo 1 “Enquadramento Legislativo dos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão”
- Capítulo 2 “Análises Globais Relativas à Avaliação do Cumprimento das Missões de Serviço Público de Televisão Constantes nos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão”
- Capítulo 3 “Análises Quantitativas Relativas ao Apuramento dos Resultados do Serviço Público de Televisão, Respectiva Indemnização Compensatória e Outros Financiamentos”

Cada uma das componentes antes identificadas (Fases I, II e III e Capítulos 1 a 3 da Fase IV) apresenta a seguinte estrutura-base:

- I – Fontes de Informação
 - II – Trabalho Desenvolvido
 - III – Principais Conclusões
 - IV – Recomendações e Sugestões
- Anexos

1.7 No presente Relatório Técnico Síntese são feitas remissões para o Relatório Técnico Detalhado que, para facilidade de leitura, são devidamente referenciadas por “Fase.Capítulo – Parágrafo”.

1.8 As fontes de informação listadas no Relatório Técnico Detalhado incluem informações e documentos, quer do exercício de 2006, quer de exercícios posteriores, na medida em que foram considerados indispensáveis para o enquadramento geral dos trabalhos e das matérias relacionadas com o serviço público de televisão.

II – Resumo das Principais Conclusões

Fase I “Revisão do Sistema de Produção de Informação Analítica e dos Respective Critérios e Regras de Imputação dos Custos do Serviço Público de Televisão”

2.1 Sistema de Produção de Informação Analítica – Limitações (Orçamentação e Execução Orçamental): Por motivos que não foram possíveis de apurar, a base de dados do Orçamento para 2006 não se encontra disponível na RTP – Rádio e Televisão de Portugal, SA, não sendo possível a sua reposição. Em consequência da inexistência do Orçamento no Sistema de Informação para Gestão (SIG), não é igualmente possível obter a análise da execução orçamental, por via da integração do Orçamento com os dados reais provenientes da contabilidade analítica e geral. Em consequência da situação anterior ou por inexistência de arquivo integral da documentação em papel, não existe, igualmente: (i) evidência dos orçamentos das direcções (“gestores”) responsáveis pelo processo de orçamentação integrado no SIG, não se encontrando disponível documentação em papel deste processo de orçamentação; (ii) possibilidade de estabelecer uma relação directa entre os valores que foram orçamentados por cada Direcção da RTP SGPS e os valores que foram efectivamente aprovados; (iii) evidência sistematizada dos

ajustamentos entre o Orçamento e o PAOSP; e (iv) memória descritiva do processo de construção do PAOSP. Desta forma, o nosso trabalho foi limitado à análise da pasta fornecida pelo Departamento de Controlo de Gestão e Reporting (DCGR) que suporta a construção do PAOSP para 2006. Estas situações constituem limitações significativas à nossa análise do sistema de produção de informação analítica da RTP SGPS para o Orçamento e o PAOSP, não sendo assim possível recolher evidência que suporte adequadamente a preparação do PAOSP. (I - 3.1.1; II – 3.1.1; IV.3 – 3.8.1)

2.2 Sistema de Produção de Informação Analítica – Cumprimento do PAOSP: Não obstante as limitações descritas no parágrafo anterior, da documentação analisada e das informações recolhidas, verificámos que o sistema de acompanhamento da execução orçamental em vigor em 2006 não tinha como objectivo ou procedimento específico a verificação do cumprimento das metas qualitativas e quantitativas do PAOSP. (I - 3.1.2)

2.3 Critérios e Regras de Imputação dos Custos: Não existe para 2006 qualquer tabela de imputação dos custos e proveitos aos objectos de custeio, sendo os custos imputados aos objectos de custeio através de uma metodologia *ad-hoc* com recurso à contabilidade analítica da RTP SGPS (estruturada numa filosofia empresarial de centros de custos e não numa filosofia do SPT) e mediante a qual os custos de exploração do canal generalista são apurados por diferença. Não existe igualmente uma matriz que estabeleça uma relação de imputação aos objectos de custeio por centro de custo da contabilidade analítica da RTP SGPS e respectivo critério de imputação. Estas situações confirmam a inexistência, no custeio do SPT da RTP SGPS, de uma metodologia estruturada de custeio. (I - 3.2.1; II – 3.1.2; IV.3 – 3.2)

Fase II “Revisão do Plano de Actividades e Orçamento do Serviço Público”

2.4 Repartição dos Custos Comuns: No PAOSP não estão estimados e repartidos os custos comuns, os quais são apurados apenas no Relatório sobre o Cumprimento das Obrigações de Serviço Público (RCOSP) e imputados aos objectos de custeio de acordo com os seguintes critérios: Televisão 80%; Rádio 20%; e, dentro da Televisão: RTP 1, 55%; A2, 20%; RTP Internacional, RTP África, RTP Açores, RTP Madeira e Outros, 5% cada. Esta situação é limitativa da análise e utilidade do próprio PAOSP. (II – 3.1.4)

2.5 PAOSP – Requisitos Qualitativos do CCGSPT: A estrutura e forma de relato do PAOSP segue uma óptica de exposição descritiva das actividades de serviço público, incluindo uma declaração de que todas as actividades serão implementadas com “*estrito cumprimento*” dos CCSPTs. Este plano descritivo de actividades não apresenta, assim,

qualquer remissão ou enquadramento explícito para a estrutura das obrigações de serviço público constantes nos CCSPTs. Desta forma, a informação qualitativa integrada no PAOSP não cobre, de forma sistemática, os requisitos de ordem qualitativa das obrigações gerais de programação e da prestação de serviços específicos constantes no CCgSPT e no CCeSPT. O Conselho de Opinião apresenta, no seu Parecer sobre o PAOSP, as seguintes considerações/sugestões (entre outras): (i) alteração do modelo de apresentação do PAOSP, uma vez que o “*modelo actual não permite apreciar em conformidade*”; e (ii) que sejam proporcionados estudos e criados critérios de análise qualitativa e quantitativa de programação. (II – 3.2.1; II – 3.3.1)

2.6 Conselho de Acompanhamento: De acordo com as informações e os elementos solicitados pela BDO e disponibilizados pela RTP SGPS, não foram emitidos os Pareceres do Conselho de Acompanhamento, exigíveis de acordo com o disposto no número 3 da cláusula 6.^a do CCeSPT, nem existem actas decorrentes das suas reuniões semestrais e/ou extraordinárias previstas no número 4 da cláusula 6.^a do mesmo Contrato. (II – 3.4.5; IV.2 – 3.2.6)

2.7 Aprovação do PAOSP pelo Ministro das Finanças e pelo Membro do Governo Responsável pela Área da Comunicação Social: De acordo com as informações e os elementos solicitados pela BDO e disponibilizados pela RTP SGPS, não existe qualquer evidência da aprovação do PAOSP pelo Ministro das Finanças e pelo Membro do Governo responsável pela área da Comunicação Social, conforme exigido pelo número 1 da clausula 16^a do CCgSPT e pelo número 1 da cláusula 10.^a do CCeSPT. A ausência de aprovação escrita é considerada pela RTP SGPS como uma aprovação tácita. (II – 3.4.6; IV.2 – 3.2.1)

Fase III “Revisão Limitada das Demonstrações Financeiras”

2.8 Imobilizações Incorpóreas – Investimento na Recuperação e Digitalização do Arquivo Audiovisual: A RTP SGPS orçamentou no PAOSP, no objecto de custeio “Arquivo”, o investimento de 8 438 milhares de euros na recuperação e digitalização do arquivo audiovisual, o que não se enquadra no conceito de custo de exploração do Arquivo audiovisual previsto no CCgSPT. Em termos reais, a RTP SGPS considerou como custos do SPT um total de 2 962 milhares de euros relativos a custos capitalizados com o arquivo audiovisual. A Inspecção-Geral de Finanças (IGF), no seu relatório intitulado “RTP SGPS, SA – Auditoria às contas do serviço público – 2006” também não aceitou a inclusão destes itens nos custos do SPT (II – 3.1.7; III – 3.1.4; IV.2 – 3.4.1; IV.3 – 3.5.3)

2.9 Despesas com Pensões e Indemnizações: A RTP SGPS orçamentou no PAOSP, no objecto de custeio “Reestruturação/outros”, o montante de 6 300 milhares de euros relativo a despesas com pensões e indemnizações, o que não se enquadra no conceito de custo previsto no CCgSPT. Em termos reais, a RTP SGPS considerou no apuramento dos custos do SPT o montante de 5 108 milhares de euros relativos a pagamentos de pensões de reforma, cuidados médicos e indemnizações. A IGF, no seu relatório intitulado “RTP SGPS, SA – Auditoria às contas do serviço público – 2006” também não aceitou a inclusão destes itens nos custos do SPT (II – 3.1.6; III – 3.1.5; IV.2 – 3.4.1; IV.3 – 3.5.2)

2.10 Aplicação do Princípio da Especialização dos Exercícios: O Relatório dos Auditores sobre as demonstrações financeiras individuais da RTP SGPS de 2006 refere, como reserva por desacordo, que, conforme referido no parágrafo n.º 8 do Relatório de Auditoria relativo ao exercício anterior, em resultado da análise efectuada à aplicação do princípio da especialização e dos ajustamentos de dívidas a receber, os custos do exercício apresentavam-se insuficientes em cerca de 1 111 milhares de euros, tendo sido registados no presente exercício, pelo que os resultados do exercício encontram-se subvalorizados no valor referido, em detrimento de resultados transitados. Atendendo a que aqueles custos são integralmente considerados nos custos do SPT de 2006, também os custos do SPT se encontram sobreavaliados em cerca de 1 111 milhares de euros. (III – 3.2.2; IV.3 – 3.5.5.1)

2.11 Alteração de Política Contabilística de Reconhecimento do Apoio ao ICAM: O Relatório dos Auditores sobre as demonstrações financeiras individuais da RTP SGPS de 2006 refere, como reserva por desacordo, que em 2006 foi alterada a política contabilística de reconhecimento do apoio ao Instituto do Cinema, Audiovisual e Multimédia (ICAM) pela Radiotelevisão Portuguesa – Serviço Público de Televisão, SA (RTP SPT), devido à assinatura do novo protocolo em 2007 entre essa entidade e aquela subsidiária. Em consequência da aplicação do método da equivalência patrimonial nas contas da RTP SGPS, caso não tivesse existido essa alteração de política, os custos do exercício seriam reduzidos em cerca de 1 500 milhares de euros. Atendendo a que aqueles custos são integralmente considerados nos custos do SPT de 2006, também os custos do SPT se encontram sobreavaliados em cerca de 1 500 milhares de euros. (III – 3.2.3; IV.3 – 3.5.5.2)

Fase IV “Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respectivos Custos do Serviço Público de Televisão nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa” – Capítulo 1 “Enquadramento Legislativo dos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão”

2.12 Revisão do CCeSPT: Apesar da correspondente solicitação efectuada pela BDO, não existe qualquer evidência de que o CCeSPT tenha sido revisto em 2005 e em 2007, conforme disposto na cláusula 17.^a, que prevê a sua revisão de dois em dois anos. Em 25 de Março de 2008 foi celebrado um novo Contrato de Concessão de Serviço Público de Televisão (CCSPT²⁰⁰⁸). (IV.1 – 3.2.3)

Fase IV “Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respectivos Custos do Serviço Público de Televisão nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa” – Capítulo 2 “Análises Globais Relativas à Avaliação do Cumprimento das Missões de Serviço Público de Televisão Constantes nos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão”

2.13 Inclusão de Publicidade na RTP1 (Cláusula 13.^a do CCgSPT) - Análise em Função dos Blocos Publicitários Comerciais com Duração Superior a Seis Minutos: Através da análise do ficheiro do Telereport, relativamente aos blocos identificados como espaço de publicidade comercial (o que exclui os blocos de televentas e patrocínios, mas que poderá incluir a publicidade institucional e os patrocínios comerciais), identificámos 4 104 blocos com duração superior a seis minutos que totalizam 505,13 horas. Mesmo tendo em consideração as limitações, no que respeita ao impacto da publicidade institucional, patrocínios comerciais e diferenças não reconciliadas entre o Telereport e o RCOSP, consideramos como muito provável que, como conclusão desta análise, a RTP1 registe incumprimentos à cláusula 13.^a do CCgSPT. (IV.2 – 3.1.3; IV.3 – 3.4.2)

2.14 Inclusão de Publicidade na RTP1 (Cláusula 13.^a do CCgSPT) - Análise em Função dos Blocos de Espaço de Publicidade Comercial em Cada Unidade de Hora: Através da análise cruzada das bases de dados do Telereport e do GMedia, relativamente aos blocos identificados como espaço de publicidade comercial, identificámos 2 692 situações em que o tempo de publicidade em cada hora de emissão ultrapassa os seis minutos e 474 situações em que o tempo de publicidade em cada hora de emissão ultrapassa os doze minutos. Consideramos como muito provável que, como conclusão desta análise, a RTP1 registe incumprimentos à cláusula 13.^a do CCgSPT, tendo também sido identificadas situações de provável incumprimento do limite fixado na Lei para operadores de televisão que não sejam concessionários do SPT (n.º 4 do artigo 36.º da

Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto, que estabelece que o tempo de emissão destinado às mensagens publicitárias e de televenta, em cada período compreendido entre duas unidades de hora, não pode exceder 20%). (IV.2 – 3.1.4; IV.3 – 3.4.2)

2.15 Arquivo Audiovisual – Inexistência de Inventário Classificado por Tipo de Interesse (cláusula 11.ª do CCgSPT): Os Arquivos Audiovisuais de Relevante Interesse Público são os que, como tal, sejam classificados pela Comissão prevista no número 2 da Portaria n.º 111/91, de 7 de Fevereiro. Contudo, de acordo com as informações e os elementos solicitados pela BDO e disponíveis, não existe evidência de que a Comissão referida nessa Portaria tenha alguma vez sido efectivamente constituída. Desta forma, a organização de um inventário dos registos classificados como de interesse público e respectiva actualização não tem vindo a ser realizada pela RTP SA, nos termos previstos no artigo 4.º da referida Portaria. (IV.2 – 3.2.3)

2.16 Versão final do RCOSP (cláusula 18.ª do CCgSPT): A versão do RCOSP aprovada pela RTP SGPS e submetida às entidades competentes em 31 MAI 07 foi posteriormente modificada. A diferença de 1 493,3 milhares de euros no resultado do serviço público de televisão entre a versão inicial (9 895,7 milhares de euros) e a versão posterior (8 402,4 milhares de euros), relaciona-se com a correcção do montante dos pagamentos de pensões e de indemnizações, incluídos no objecto de custeio “Reestruturação/outros” que, na versão inicial, ascendia a 3 615,1 milhares de euros e que, na versão posterior, ascendem a 5 108,4 milhares de euros. De acordo com as informações e os elementos solicitados pela BDO, a RTP SGPS, em função destas alterações, não emitiu ou submeteu, às Entidades competentes, a nova versão do RCOSP. Deste modo, o resultado final do SPT de 2006 (na óptica de exploração) de 8 402 milhares de euros, objecto da nossa auditoria, não se encontra formalmente aprovado. (IV.2 – 3.2.4)

2.17 Estatuto Editorial, Normas Deontológicas e de Qualidade: No ano de 2006, a RTP não divulgou o seu Estatuto Editorial conjuntamente com o Relatório e Contas, nos termos previstos no n.º 2 do artigo 5.º e n.º 4 do artigo 32.º da Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto. O documento disponibilizado pela RTP intitulado “*RTP Livro de Estilo – Direcção de Informação*”, referente à linha editorial, com os princípios éticos e profissionais que guiam o comportamento jornalístico da televisão pública é datado de Agosto de 2001 e necessita, naturalmente, de uma revisão e actualização. Esta situação é também referida pelo Provedor do Telespectador que, em relação ao alinhamento e agenda das notícias, considera indispensável a publicação de um novo e actualizado Livro de Estilo no qual estejam explicitados os critérios editoriais seguidos. (IV.2 – 3.3)

2.18 Auditorias Externas (Cláusula 23.^a do CCgSPT e cláusula 14.^a do CCEsPT): Foram realizadas auditorias externas regulatórias de 1998 a 2001, não tendo sido realizadas desde 2002 (inclusive). Estas auditorias externas têm genericamente por objecto a verificação do cumprimento das missões de serviço público e a transparência dos fluxos financeiros associados. (IV.2 – 3.5)

Fase IV “Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respectivos Custos do Serviço Público de Televisão nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa” – Capítulo 3 “Análises Quantitativas Relativas ao Apuramento dos Resultados do Serviço Público de Televisão, Respectiva Indemnização Compensatória e Outros Financiamentos”

2.19 Limitação – Análise do Cálculo e Pressupostos da Compensação do Canal Generalista – Fórmula de Cálculo: Os valores para a indemnização compensatória do canal generalista estão fixados no Anexo 1 do Aditamento ao CCgSPT (2004: 72 000 milhares de euros; 2005: 75 645 milhares de euros; 2006: 75 645 milhares de euros; e 2007: 77 536 milhares de euros). Para além dos pressupostos, não se encontra disponível informação sobre o processo de cálculo que esteve na base da fixação/projecção daqueles valores para a indemnização compensatória (valor do mercado, audiências e *shares* dos canais generalistas, tempos publicitários dos canais generalistas, etc.). Desta forma, não é possível determinar se o processo de cálculo (assumindo que o valor fixado assenta num processo de cálculo) que fundamenta a fixação, no Aditamento ao CCgSPT, dos montantes de indemnização compensatória do canal generalista é o mesmo que é utilizado pela RTP SGPS. Procedemos à simulação independente do cálculo antes referido e efectuado pela RTP SGPS, tendo sido possível reconstituir o processo de cálculo, nas diversas variáveis que compõem a fórmula, dos 69 070 milhares de euros apresentados pela RTP SGPS e que mereceram a concordância da IGF expressa no respectivo Relatório “RTP SGPS, SA – Auditoria às contas do serviço público – 2006”. (IV.3 – 3.4.1)

2.20 Ajustamentos e Reclassificações aos Resultados do SPT – Imposto do Selo Sobre os Juros dos Financiamentos: A RTP SGPS considerou, no objecto de custeio “Reestruturação/outros”, o montante de 1 901 milhares de euros relativo ao Imposto do Selo sobre os juros dos financiamentos, o que não se enquadra no conceito de exploração previsto no CCgSPT, configurando uma componente integrante do custo líquido de financiamento da RTP SGPS que deve ser tido em conta no âmbito do controlo do endividamento nos termos da Lei n.º 30/2003, de 22 de Agosto, e do ARF. (IV.3 – 3.5.4)

2.21 Apuramentos Quantitativos Globais Relativos ao SPT - Valor do Custo Líquido do SPT: Tendo em conta os ajustamentos apurados, o valor do custo líquido do SPT em 2006, ascende a 199 435 milhares de euros, como segue (IV.3 – 3.6.1):

	<u>€ 000</u>
Custo Líquido do SPT por RTP SGPS (Quadro 4 do RCOSP)	<u>212 017</u>
Ajustamentos BDO:	
RTS 2.9 Pagamentos de Pensões e Cuidados Médicos	(5 108)
RTS 2.8 Pagamentos de Investimentos no Arquivo Audiovisual	(2 962)
RTS 2.20 Imposto do Selo sobre os Juros dos Financiamentos	(1 901)
Desacordos dos Auditores sobre as Demonstrações Financeiras:	
RTS 2.10 Aplicação Princípio da Especialização dos Exercícios	(1 111)
RTS 2.11 Alteração Política Contabilística de Reconhecimento do Apoio ao ICAM	<u>(1 500)</u>
	(12 582)
Custo Líquido do SPT Depois de Ajustamentos	<u>199 435</u>

2.22 Apuramentos Quantitativos Globais Relativos ao SPT - Valor da Indemnização Compensatória Relevante para Efeitos do CCgSPT e do CCeSPT: O valor da Indemnização Compensatória relevante para efeitos do CCgSPT e do CCeSPT, ascende a 142 598 milhares de euros, como segue (IV.3 – 3.6.2; IV.3 – 3.5.1; IV.3 – 3.4):

	<u>€ 000</u>
Custo Líquido do SPT Depois de Ajustamentos (RTS 2.21)	<u>199 435</u>
Efeitos da Cláusula 15. ^a I.1.1 do CCgSPT:	
RTD 3.5.1 Valor do Custo Líquido (Ajustado) da RTP1	(125 907)
RTD 3.5.1 Valor do Custo de Oportunidade da RTP1	69 070
Valor da Indemnização Compensatória Relevante para Efeitos do CCgSPT e do CCeSPT	<u>142 598</u>

Este apuramento tem em conta a cláusula 15.^a I.1.1 do CCgSPT, mediante a qual “*o Estado comparticipa os custos do serviço de programas generalista do valor correspondente pela perda de receitas de publicidade decorrente da imposição de critérios específicos quanto ao conteúdo de programação de serviço público e de um limite ao número de minutos de publicidade por hora, inferior ao fixado para os restantes operadores*”. Este cálculo assenta em pressupostos, relativamente aos quais existem limitações de âmbito, nomeadamente relacionadas com o cumprimento da

cláusula 13.^a do CCgSPT, referente à inibição de emissão de publicidade que exceda os seis minutos por hora de emissão.

O montante global das compensações atribuídas à RTP SGPS em 2006 relativas ao CCgSPT e ao CCEsPT foi de 220 419 milhares de euros, como segue:

	<u>€ 000</u>
Indemnização Compensatória	124 000
Contribuição dos Governos Regionais	124
Contribuição para o Audiovisual	48 995
Dotações de Capital	<u>47 300</u>
Montante das Compensações	<u>220 419</u>

(*) O valor das dotações de capital recebidas do accionista Estado, apresentadas no quadro, não incluem o valor de 10 000 milhares de euros, que a RTP SGPS considerou estarem afectas ao serviço da dívida financeira.

2.23 Indicadores de Gestão e de Ganhos de Eficiência: A RTP SGPS apresenta os indicadores de gestão e de ganhos de eficiência no Quadro 30 – Indicadores de Gestão e Convergência para o Objectivo de Custo do RCOSP. Estes indicadores apresentam melhorias de ganhos de eficiência, relativamente ao exercício de 2005, ao nível do indicador de custo/hora por ponto de audiência da RTP1 e RTP N e do indicador da evolução da taxa de reposição para a RTP1, RTP África, RTP N e RTP Memória. Existem comportamentos desfavoráveis de ganhos de eficiência, relativamente ao exercício de 2005, ao nível do indicador de custo/hora por ponto de audiência para a A2 e do indicador evolução da taxa de reposição para a A2, RTP Internacional, RTP Açores e RTP Madeira. (IV.3 – 3.7)

III – Declaração sobre o Cumprimento das Obrigações Impostas pelos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão Celebrados entre o Estado e a Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, SA

Introdução

3.1 Executámos os procedimentos acordados com a ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), previstos na nossa “Proposta para Auditoria da Empresa Concessionária do Serviço Público de Televisão” e nos termos que constam do “Contrato de Prestação de Serviços” e respectivo Aditamento celebrados com a ERC, com vista, genericamente, à realização de uma auditoria externa às missões e custo do serviço público de televisão da Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, SA (RTP SGPS), relativamente ao exercício de 2006. Estes procedimentos acordados estão pormenorizadamente descritos no Relatório Técnico Detalhado que integra o presente Relatório de Auditoria, com o planeamento descrito no parágrafo 1.4 deste Relatório Técnico Síntese (RTS). Os requisitos contratuais e legais que respeitam a esta auditoria externa às missões e custo do serviço público de televisão, constam: (i) da cláusula 23.^a do Contrato de Concessão Geral de Serviço Público de Televisão (CCgSPT); (ii) da cláusula 14.^a do Contrato de Concessão Especial de Serviço Público de Televisão (CCeSPT); e (iii) do número 3 do artigo 52.º da Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto.

3.2 Estes nossos trabalhos foram realizados de acordo com as Normas Técnicas e as Directrizes de Revisão/Auditoria (DRA) da Ordem dos Revisores Oficiais de Contas aplicáveis nas circunstâncias. Os procedimentos acordados foram executados com o objectivo principal de permitir verificar o cumprimento das obrigações impostas pelos contratos de concessão em vigor à data entre o Estado e a RTP SGPS.

Responsabilidades

3.3. O cumprimento, relativamente ao exercício de 2006, das obrigações impostas pelos contratos de concessão em vigor à data entre o Estado e a RTP SGPS, incluindo o desenvolvimento e manutenção de sistemas de produção de informação analítica e de controlo interno, é da responsabilidade da RTP SGPS. O objectivo de sistemas de produção de informação analítica e de controlo interno é o de garantir com razoabilidade, mas não absoluta certeza, a condução ordenada e eficiente dos negócios do Grupo formado pela RTP SGPS e suas Subsidiárias, incluindo a aderência às políticas de gestão, a salvaguarda de activos, a prevenção e detecção de fraudes e erros, o rigor e plenitude dos registos contabilísticos, o cumprimento das leis, dos regulamentos e dos contratos e a preparação tempestiva de informações financeiras e qualitativas credíveis.

3.4 A nossa responsabilidade consiste em aplicar os procedimentos acordados com a ERC com vista a verificar, relativamente ao exercício de 2006, o cumprimento das obrigações impostas pelos contratos de concessão celebrados e em vigor à data entre o Estado e a RTP SGPS.

Âmbito

3.5 Tendo em consideração os objectivos específicos do trabalho contratado, os procedimentos acordados compreenderam as seguintes fases: (i) “Revisão do Sistema de Produção de Informação Analítica e dos Respective Critérios e Regras de Imputação dos Custos do Serviço Público de Televisão”; (ii) “Revisão do Plano de Actividades e Orçamento do Serviço Público”; (iii) “Revisão Limitada das Demonstrações Financeiras”; e (iv) “Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respective Custos do Serviço Público de Televisão nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa”.

3.6 O nosso trabalho não teve como objectivo avaliar o sistema contabilístico e de controlo interno da RTP SGPS como um todo, mas visou fundamentalmente verificar o cumprimento, relativamente ao exercício de 2006, das obrigações impostas pelos contratos de concessão celebrados e em vigor à data entre o Estado e a RTP SGPS, nos termos dos procedimentos acordados.

3.7 O sistema de produção de informação analítica da RTP SGPS tem por base os registos contabilísticos de suporte à preparação das demonstrações financeiras consolidadas da RTP SGPS preparadas de acordo com os princípios contabilísticos geralmente aceites em Portugal, as quais, relativamente ao exercício de 2006, foram examinadas por outros auditores e revisores legais de contas, que emitiram, respectivamente, um Relatório de Auditoria com uma reserva por limitação de âmbito e com duas ênfases e uma Certificação Legal das Contas sem reservas e com três ênfases.

3.8 Excepto quanto às limitações referenciadas no parágrafo 3.9 abaixo, entendemos que o trabalho efectuado proporciona uma base aceitável para a expressão da nossa Declaração.

Reservas

3.9 As situações descritas nos parágrafos 2.1, 2.4 e 2.19 do presente RTS constituem limitações ao âmbito e profundidade do nosso trabalho.

3.10 As situações descritas nos parágrafos 2.2, 2.3, 2.5 a 2.18 e 2.20 a 2.23 do presente RTS constituem incumprimentos pontuais das obrigações impostas pelos contratos de concessão celebrados e em vigor à data entre o Estado e a RTP SGPS.

Declaração

3.11 Em função do trabalho efectuado, excepto quanto aos efeitos dos ajustamentos que poderiam revelar-se necessários caso não existissem as limitações indicadas no parágrafo 3.9 anterior e excepto quanto aos efeitos das situações indicadas no parágrafo 3.10 anterior, declaramos que, relativamente ao exercício de 2006, as obrigações impostas pelos contratos de concessão em vigor à data entre o Estado e a Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, SA, foram cumpridas em todos os aspectos materialmente relevantes.

3.12 Os presentes Relatórios Técnicos Detalhado e Síntese, incluindo a presente Declaração, destinam-se a ser exclusivamente utilizados pela ERC e pela RTP – Rádio e Televisão de Portugal, SA, para os efeitos previstos nesses próprios documentos, sendo que qualquer outra utilização ou disponibilização a quaisquer outras entidades carecem de autorização escrita, prévia e expressa, da BDO bdc & Associados, SROC, Lda.

IV – Resumo das Principais Recomendações e Sugestões

Fase IV “Auditoria Completa da Informação Analítica Respeitante às Missões e aos Respectivos Custos do Serviço Público de Televisão nas Vertentes Qualitativa e Quantitativa” – Capítulo 1 “Enquadramento Legislativo dos Contratos de Concessão de Serviço Público de Televisão”

4.1 Definição de Mensagens Publicitárias: Não existe, quer nos CCSPTs, quer no CCSPT²⁰⁰⁸, uma definição de mensagens publicitárias que, nos termos dos artigos 36.º e 37.º da Lei 32/2003, de 22 de Agosto, são excluídas para efeitos dos limites fixados para os operadores no que respeita ao tempo reservado à publicidade, nomeadamente clarificando o enquadramento das televentas, dos patrocínios, das auto-promoções, das mensagens que digam respeito a serviços públicos ou fins de interesse público e apelos de teor humanitário. A inclusão daquela definição/clarificação seria particularmente relevante para os efeitos da cláusula 15.ª I.1.1 do CCgSPT (“*o Estado comparticipa os custos do serviço de programas generalista do valor correspondente pela perda de receitas de publicidade decorrente da imposição de critérios específicos quanto ao conteúdo de programação de serviço público e de um limite ao número de minutos de publicidade por hora, inferior ao fixado para os restantes operadores*”) e para os efeitos da cláusula correspondente do CCSPT²⁰⁰⁸ (n.º 25.ª I.1.1). (IV.1 – 4.1)

4.2 Decisão da Comissão, de 28 de Novembro de 2005: As matérias e os conceitos preconizados nos artigos 5.º (remuneração do capital próprio) e 6.º (excesso de compensação) da Decisão da Comissão, de 28 de Novembro de 2005, não estão contemplados, quer nos CCSPTs, quer no CCSPT²⁰⁰⁸ ou no Acordo Complementar Referente ao Quadriénio 2008-2011, de 25 de Março. (IV.1 – 4.2)

4.3 Principais Conclusões, Recomendações e Sugestões Formuladas pela BDO nos Relatórios Sobre o SPT Referentes a 1998, 1999, 2000 e 2001: A generalidade das principais conclusões, recomendações e sugestões formuladas pela BDO nos Relatórios sobre o SPT referentes a 1998, 1999, 2000 e 2001, foram consideradas nas disposições legais e contratuais subsequentes.

Lisboa, 23 de Janeiro de 2009